

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini didukung oleh pendapat Soomro *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa UMKM merupakan tulang punggung pembangunan ekonomi. Menurut Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (2016) UMKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. UMKM mempunyai peranan yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Menurut Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik dan United Nation Population Fund, memprediksi jumlah pelaku UMKM di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 58,97 juta orang. Sedangkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 diprediksi mencapai 265 juta jiwa. Peranan UMKM di perekonomian nasional terhitung cukup besar. Jumlah tersebut mencapai 99,9 persen dan penyerapan tenaga kerja mencapai 97 persen. Menurut Deputi Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Iskandar Simongkir, Saat ini UMKM menyumbang terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) hingga 60,34 persen. Agar pondasi ekonomi Indonesia tetap terjaga dan kuat diharapkan dapat meningkatkan angka

tersebut, sehingga tidak hanya bertahan di usaha kecil saja namun mampu berkembang menjadi usaha yang lebih besar.

Untuk mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia berbagai kegiatan dan program pun dilaksanakan oleh pemerintah baik pusat maupun di daerah. Dalam undang-undang No 20 Tahun 2008 tentang UMKM menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan serta mengembangkan UMKM yang ada.

Dengan memberdayakan dan mengembangkan UMKM serta berbekal pengetahuan yang dimiliki diharapkan masyarakat Indonesia tidak lagi berprinsip sebagai pencari kerja tetapi mampu membuat lapangan kerja bagi diri sendiri dan juga orang lain. Secara tidak langsung semakin tinggi tingkat kewirausahaan suatu negara maka akan semakin tinggi pula daya saing negara tersebut. Agar UMKM dapat bertahan serta bersaing di tingkat global tentunya tidak luput dari kepemimpinan kewirausahaan yang memiliki kemampuan dalam mengelola serta mempertahankan usahanya dari keadaan lingkungan yang tidak stabil. Hal ini didukung oleh pendapat dari Dubrin (2001) yang menyatakan bahwa organisasi saat ini membutuhkan pemimpin yang efektif dan operatif yang mampu memahami kompleksitas lingkungan dunia yang berubah dengan cepat. Seorang pemimpin merupakan sebuah contoh dalam organisasi serta mempunyai tujuan yang ingin dicapainya. Kepemimpinan kewirausahaan adalah gaya kepemimpinan yang luar biasa yang dicapai oleh pengusaha dengan kecerdasan sosial untuk menghasilkan sikap kewirausahaan karyawan (Soomro *et al.*, 2018). Seorang pemimpin harus mampu mempengaruhi karyawannya untuk bekerja sama dalam

mencapai tujuan. Menurut Manzoor (2011) sumber daya manusia atau karyawan merupakan bagian yang paling sentral dalam sebuah organisasi sehingga mereka perlu di pengaruhi. Oleh karena itu pemimpin kewirausahaan harus dapat menginspirasi dan mengomunikasikan tujuan perusahaan dengan baik dengan meningkatkan *strategic factor*, *communicative factor*, *personality factor*, dan *motivational factor*.

Pilihan strategi dalam perusahaan kecil diimplementasikan berdasarkan tujuan pribadi dan keinginan pemilik yang didasarkan pada nilai-nilai pribadi pengelola usaha (Boohene *et al.*, 2008). Nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi yang proaktif sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan yang meliputi kreativitas, pengambilan risiko, inovasi, berorientasi prestasi, ambisi, dan kemerdekaan (Hornsby dan Kuratko, 1998). Pemimpin memiliki pilihan yang lebih besar untuk organisasi yang didirikannya. Pemimpin kewirausahaan memiliki pengaruh yang besar terhadap hasil perusahaan.

Peran kepemimpinan juga tidak terlepas dari *communicative factor*. Pemimpin harus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan tertentu agar efisien dalam memberikan kontribusi untuk efektivitas organisasi. Menurut Lydon (2002) menemukan *Personality factor* mendukung pemimpin kewirausahaan untuk sukses memimpin upaya kewirausahaan baik dalam usaha baru mereka sendiri maupun dalam organisasi terkemuka. Sifat kepribadian seorang wirausaha mempunyai pengaruh terhadap prestasi perusahaan. Sifat kepribadian yang tinggi seperti kreativitas, stabilitas emosional, keterusterangan, dan pikiran cerdas serta terbuka. Emosi memainkan peran penting dalam pengembangan praktek

kepemimpinan pada proses pembelajaran dan karyawan (Huxtable-Thomas *et al.*, 2016). Faktor motivasi juga sangat penting dalam kepemimpinan kewirausahaan. Kemampuan membujuk orang lain diharapkan dapat membuat karyawan termotivasi serta mampu mendapatkan umpan balik darinya demi tercapainya kemajuan dalam perusahaan (Hejazi *et al.*, 2012). Dengan demikian, kepemimpinan kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting dalam mengembangkan UMKM agar dapat berdaya saing dalam kancah global.

Salah satu daerah di Sumatra Barat yang sedang memberdayakan dan mengembangkan UMKM adalah Kota Payakumbuh. Kota Payakumbuh merupakan salah satu kota yang menarik dan berkompetensi untuk mengembangkan dunia usaha. Masyarakat Kota Payakumbuh sudah dikenal sejak lama sebagai masyarakat yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang tinggi. Kemampuan tersebut terutama dalam kegiatan perdagangan dan jasa dalam skala mikro, kecil, dan menengah. Pemerintah Kota Payakumbuh melalui Dinas Koperasi dan UMKM membenahi dan mengembangkan sektor UMKM. Menurut Badan Pusat Statistic (BPS) pada tahun 2018 bahwa dari seluruh usaha di Kota payakumbuh 97% bergerak disektor UMKM, hanya 3% saja yang tergolong usaha menengah dan besar, sehingga sektor ini sangat penting dalam struktur ekonomi masyarakat Kota Payakumbuh. Pada tabel 1.1 dibawah ini dapat dilihat data jumlah unit UMKM di Kota Payakumbuh berdasarkan surat izin usaha perdagangan (SIUP) yang diterbitkan BPMD-PTSP Kota Payakumbuh.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Unit UMKM Di Kota Payakumbuh Berdasarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Yang Di Terbitkan BPMD-PTSP Kota Payakumbuh**

Tahun	Jumlah (unit)		
	Usaha mikro	Usaha kecil	Usaha menengah
2010	114	184	25
2011	114	287	34
2012	114	287	34
2013	119	302	59
2014	85	307	34

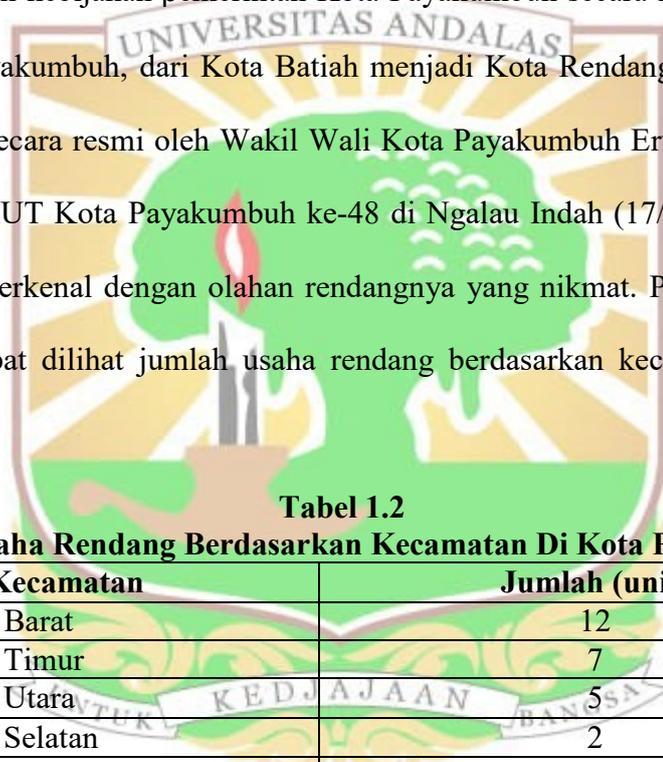
*Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Payakumbuh (2016)*

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa jumlah UMKM secara keseluruhan di Kota Payakumbuh berdasarkan surat izin usaha perdagangan (SIUP) yang masuk ke BPS setiap tahunnya selalu berubah. Pada tahun 2010 sampai tahun 2013 usaha mikro mengalami kenaikan. Namun pada tahun 2014 usaha mikro mengalami penurunan menjadi 85 unit. Usaha kecil mengalami peningkatan dalam jumlah unitnya. Pada tahun 2014 total usaha kecil menjadi 307 unit. Begitu juga dengan usaha menengah juga mengalami peningkatan dari tahun 2010 ke tahun 2013 dalam jumlah unitnya. Namun pada tahun 2014 jumlah usaha menengah mengalami penurunan dengan total menjadi 34 unit.

Salah satu usaha yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan di daerah Kota payakumbuh yaitu Industri Rendang. Rendang adalah salah satu makanan tradisional khas minang kabau yang cukup menonjol. Rendang adalah hidangan tradisional Sumatra Barat dengan sejumlah besar rempah dan bahan termasuk daging serta mengandung jumlah santan yang tinggi. Pada masa lalu orang minang kabau menyiapkan rendang sedemikian rupa sehingga lebih tahan lama serta dapat disimpan saat melakukan perjalanan panjang. Umur simpan

rendang yang lama dianggap disumbangkan oleh rempah-rempah yang digunakan selama proses memasak. Rendang mempunyai tekstur kering dan aroma harum yang kuat serta dengan penampilan coklat gelap. Saat ini rendang sudah dikenal dunia tetapi sejarah dan budayanya kurang diperhatikan (Nurmufida *et al.*, 2017).

Kota Payakumbuh merupakan salah satu kota yang ada di Sumatra barat yang sedang giat mengembangkan dan memberdayakan UMKM rendang. Hal ini ditandai dengan kebijakan pemerintah Kota Payakumbuh secara resmi mengubah ikon Kota Payakumbuh, dari Kota Batiah menjadi Kota Rendang. Perubahan itu disampaikan secara resmi oleh Wakil Wali Kota Payakumbuh Erwin Yunaz saat pesta rakyat HUT Kota Payakumbuh ke-48 di Ngalau Indah (17/12/2018). Kota Payakumbuh terkenal dengan olahan rendangnya yang nikmat. Pada tabel 1.2 di bawah ini dapat dilihat jumlah usaha rendang berdasarkan kecamatan di Kota Payakumbuh.



**Tabel 1.2**  
**Jumlah Usaha Rendang Berdasarkan Kecamatan Di Kota Payakumbuh**

Kecamatan	Jumlah (unit)
Payakumbuh Barat	12
Payakumbuh Timur	7
Payakumbuh Utara	5
Payakumbuh Selatan	2
Lamposi Tigo Nagari	12
Total	38

Sumber: KOPERINDAG (2017) (data diolah)

Berdasarkan data dari Dinas KOPERINDAG dapat dilihat penyebaran lokasi usaha rendang di Kota Payakumbuh, yang diterangkan pada tabel diatas. Penyebaran paling banyak berada di daerah Payakumbuh Barat dan Lamposi Tigo Nagari dengan jumlah 12 unit UMKM rendang. Pada daerah Lamposi Tigo Nagari ini sudah mendapat julukan dengan nama “Kampung Rendang”.

Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh Cable News Network (CNN) pada 2011 dan 2017, rendang terpilih sebagai makanan paling lezat di dunia berdasarkan pilihan pembaca (Nurmufida *et al.*, 2017). Ketika ada survei CNN yang mengatakan Rendang sebagai makanan terenak didunia pada dua tahun terakhir, ditambah kenyataan bahwa Payakumbuh memiliki jumlah UMKM Rendang sebanyak 38 unit, pemerintah Kota Payakumbuh menilai rendang adalah produk unggulan serta berdaya saing global yang mampu memajukan perekonomian kota ini. Pengakuan CNN menjadi dasar utama menjadikan produk ini layak dikedepankan oleh pemerintah Payakumbuh. Apalagi pangsa pasar global amat menjanjikan. Sebut saja, kebutuhan buat Jamaah Haji dan Umrah yang jumlahnya puluhan juta setiap tahunnya. Belum lagi pasar potensial di negara-negara Timur Tengah yang memiliki kultur yang sama dengan Indonesia bahkan dengan tingkat konsumsi daging yang luar biasa. Semua itu menjadi peluang usaha yang sangat besar bagi Kota Payakumbuh untuk mengembangkan UMKM ini.

Untuk menunjang ikon Kota Payakumbuh sebagai kota rendang tentunya harus mempersiapkan pemilik usaha ini untuk membentuk kepemimpinan yang efektif. Untuk meningkatkan kualitas dari kepemimpinan kewirausahaan (pelaku UMKM) Pemerintah Kota Payakumbuh melaksanakan acara pembinaan manajemen bisnis bagi pelaku usaha menengah dan koperasi. Namun berdasarkan survey pendahuluan pada sebagian usaha rendang , sebagian besar pemilik usaha rendang tersebut mengatakan acara pembinaan ini belum rutin dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu. Pemilik usaha hanya mengikuti acara pembinaan

tersebut jika ada undangan dari pihak pemerintah Kota Payakumbuh seperti DISKOPERINDAG atau dinas terkait lainnya.

Konsep kepemimpinan kewirausahaan didefinisikan sebagai gerak dan mengarahkan kinerja karyawan terhadap pencapaian tujuan organisasi yang mencakup pengakuan dan memanfaatkan peluang kewirausahaan (Renko *et al.*, 2015). Disiplin yang pasti akan menekan pengusaha untuk menciptakan kreatifitas yang baru. Pemimpin kewirausahaan akan melihat peluang di usaha mereka (Greenberg *et al.*, 2011). Pemimpin wirausaha harus mengadopsi peran independen, membimbing serta membuat strategi yang terjalin secara kompleks dengan organisasi (Gunduz, 2010). Pemimpin adalah pihak penggerak dalam suatu organisasi. Mereka adalah pihak yang membangkitkan semangat dan menginspirasi terbaik dalam lingkungan organisasinya. Para pemimpin juga melibatkan emosi dalam berbicara tentang strategi, visi, atau ide-ide hebat yang mereka miliki. Namun ketika pemimpin tidak berempati atau tidak membaca emosi kelompok secara akurat, ia menciptakan disonansi atau nada sumbang. Maka pikiran kelompok dipenuhi dengan stress kolektif dan teralih dari perhatian yang seharusnya mereka berikan terhadap kemajuan visi dan misi pemimpin. Oleh sebab itu diharapkan kepemimpinan dalam usaha rendang ini dapat terjaga dengan baik sehingga orang-orang merasa terdapat keseimbangan dalam lingkungan kerja dan berakibat terhadap meningkatnya kinerja usaha.

Namun, berdasarkan survei pendahuluan sebagian besar pemilik UMKM rendang mengatakan kurangnya kemampuan untuk memprediksi masalah masa depan serta strategi-strategi untuk menghadapi keadaan tak terduga merupakan

salah satu kendala yang dihadapi usaha ini. organisasi yang ada saat ini membutuhkan pemimpin operasi yang efektif serta mampu memahami kompleksitas lingkungan yang cepat berubah (Dubrin, 2001). Sangat disarankan bahwa para pemimpin kewirausahaan memprediksi, mengambil resiko, menyelesaikan masalah serta memulai strategi yang kreatif (Venkataraman dan van de van, 1998). Selain itu kurangnya pertemuan rutin yang bertujuan untuk mendapatkan umpan balik dari bawahan serta mengikutsertakan karyawan dalam kegiatan kelompok merupakan kendala yang perlu diatasi oleh usaha ini. Hal ini merupakan kendala yang dihadapi UMKM rendang dalam bidang *communicative factor* yang selayaknya dapat diatasi oleh pemimpin. Emosi memainkan peran penting untuk mengembangkan praktek kepemimpinan dalam melakukan interaksi sosial sehingga mendapatkan umpan balik dari bawahan (Huxtable-Thomas, 2016). Selain itu, kreatifitas dan metode baru yang jarang dilakukan pemilik. Kurangnya melakukan riset maupun pengembangan dalam lingkungan usaha dapat berdampak buruk terhadap perkembangan usaha.

Penelitian Chen (2007) mengungkapkan pro-aktif, inovasi dan pengambilan resiko sebagai karakteristik utama kepribadian pemimpin kewirausahaan. Kurangnya kreatifitas dalam usaha ini juga menjadi faktor penghambat perkembangan usaha ini. Hal ini merupakan salah satu faktor kepribadian pemilik usaha yang perlu dikembangkan agar menciptakan kepemimpinan kewirausahaan yang berkualitas. Menurut Lydon (2002) kompetensi pribadi dan fungsional tertentu mendukung untuk memberdayakan dan mengupayakan para pemimpin kewirausahaan untuk sukses memimpin kewirausahaan baik dalam usaha baru

mereka sendiri atau dalam organisasi terkemuka. Faktor motivasi juga sangat penting dalam kepemimpinan kewirausahaan. Sebagian besar dari pemilik usaha rendang ini mengaku tidak meminta saran atau pendapat dari karyawannya tentang hal-hal yang perlu dikembangkan untuk kemajuan usaha tersebut. Keadaan tersebut merupakan salah satu kendala dalam bentuk strategi motivasi yang perlu diatasi oleh pemimpin kewirausahaan. Hal ini didukung oleh pendapat dari Hejazi *et al.*, (2012) mengatakan bahwa faktor motivasi adalah keyakinan diri untuk mempengaruhi orang lain, memotivasi untuk kemajuan bisnis, kemampuan membujuk orang lain, serta membuat pengikutnya untuk berfikir memajukan usaha tersebut secara terus-menerus.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepemimpinan kewirausahaan pada usaha rendang yang ada di Kota Payakumbuh dengan judul “*Analisis Pengaruh Strategic Factor, Communicative Factor, Personality Factor, dan Motivational Factor Terhadap Entrepreneurial Leadership Pada UMKM Rendang Di Kota Payakumbuh*”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *strategic factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh ?
2. Bagaimana pengaruh *communicative factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh?

3. Bagaimana pengaruh *personality factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh?
4. Bagaimana pengaruh *motivational factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari masalah yang telah peneliti rumuskan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh *strategic factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh.
2. Mengetahui pengaruh *communicative factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh.
3. Mengetahui pengaruh *personality factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh.
4. Mengetahui pengaruh *motivational factor* terhadap *entrepreneurial leadership* UMKM rendang di Kota Payakumbuh.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai praktek kewirausahaan khususnya dalam memperhatikan *entrepreneurial leadership*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi literatur maupun rujukan untuk penelitian di masa yang akan datang terutama dalam penelitian mengenai *entrepreneurial leadership*. Terkhususnya untuk mahasiswa Universitas Andalas Kampus II Payakumbuh.

2. Manfaat Praktis. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada para pemilik usaha rendang di Kota Payakumbuh dalam mengembangkan usaha yang dimiliki dengan memperhatikan pola *entrepreneurial leadership* yang dilakukan sehingga membantu UKM dalam mencapai tujuannya secara maksimal serta mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial leadership* yang diterapkan.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini hanya membahas tentang *entrepreneurial leadership* pada UMKM rendang yang ada di Kota Payakumbuh melalui *strategic, communicative, personality, and motivational factor*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penulisan ini dibuat dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup serta sistematika penulisan.

2. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori, mengenai variabel-variabel dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

### 3. BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang desain penelitian, populasi dan sampel, operasionalisasi variabel, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, analisis data dan pengujian hipotesis.

### 4. BAB IV: PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik responden, deskripsi variabel jawaban responden, pengujian instrumen penelitian , pengujian hipotesis dan pembahasan.

### 5. BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

