BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian nasional. Banyak usaha-usaha skala besar pada berbagai sektor termasuk industri, pedagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya pada tahun 1998. Namun, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mampu bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor (Susilowati, 2017). Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Saat ini UKM masih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik di tinjau dari jumlah usaha, penciptaan lapangan kerja, maupun pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan produk domestik bruto (Ananda, 2017).

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah. Peran UKM sangat besar, tidak hanya untuk pertumbuhan ekonomi negara maju, tetapi seluruh negara berkembang karena UKM memberikan kontribusi pada pertumbuhan *produk domestik bruto* di setiap negara (Bamford & Brubon, 2011). Di Indonesia, UKM berkontribusi terhadap

pembentukan *Produk Domestik Bruto* (PDB) pada tahun 2016 sebesar 3,9% dan mengalami peningkatan menjadi 4,48% pada tahun 2017 (Data Kemenkop RI, 2018).

Namun, kontribusi UKM yang besar belum mencerminkan kinerja terbaik UKM di Indonesia dalam persaingan pasar nasional maupun internasional. Hal ini disebabkan oleh berbagai persoalan yang dihadapi pelaku UKM di Indonesia. Menurut Asosiasi Pengusaha Indonesia (2012) menjelaskan bahwa terdapat persoalan yang dihadapi pelaku UKM pertama, kemampuan kewirausahaan pelaku UKM masih rendah dalam melakukan inovasi produk. Kedua, tingkat keahlian *(level of expertise)* masih belum memadai dalam menyelesaikan persoalan organisasi dan manajemen usaha sehingga kurang mampu melakukan aktivitas usaha secara efisien dan efektif. Ketiga, jejaring *(networking)* masih terbatas sehingga menghambat akses informasi, pasar dan input disbanding UKM di negara lain. Keempat, keterhubungan *(linkage)* yang masih minim sehingga tidak dapat mengeksploitasi dengan baik pasar nasional maupun regional. Kelima, akses keuangan *(access of financial)* kurang berpihak kepada pelaku UKM sehingga terkendala dalam mengembangkan usaha ke skala yang lebih besar. Kelemahan ini tidak hanya menghambat pertumbuhan kinerja UKM, tetapi juga melemahkan daya saing UKM pada suatu provinsi (Ghazali, 2016).

Fenomena kinerja UKM ini dapat ditemui di seluruh provinsi di Indonesia, terutama di Provinsi Sumatera Barat yang mana basis perekonomian digerakkan oleh sektor UKM khususnya dalam bidang industri kreatif (Bank Indonesia, 2012). Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreatifitas yang merupakan eleman dasar setiap individu yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan

melalui penawaran kreasi intelektual (Susilowati, 2017). Industri kreatif Sumatera Barat terdiri dari 16 subsektor yaitu, Aplikasi dan Pengembangan Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film, Animasi dan Video, Fofografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa dan Televisi-Radio (Bank Indonesia, 2012).

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat mencatat jumlah UKM industri kreatif pada tahun 2018 di 10 (sepuluh) Kab/Kota sebanyak 394 unit. Berikut merupakan jumlah UKM industri kretif di Sumatera Barat:

Tabel 1.1 Jumlah UKM Industri Kreatif Sumatera Barat 2018

No	Kabupaten/Kota	UKM Industri Kreatif (unit)
1	Kabupaten Pasaman Barat	34
2	Kabupaten Solok Selatan	47
3	Kota Solok	35
4	Kota Padang Panjang	32
5	Kabupaten Solok	49
6	Kabupaten Sijunjung	44
7	Kabupaten Dhamasraya	44
8	Kabupaten Padang Pariaman	40
9	Kota Padang	52
10	Kabupaten Pasaman	17
	Jumlah	**394**

Sumber: Dinas Pariwisata Sumatera Barat Tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kota Padang merupakan daerah di Sumatera Barat yang memiliki jumlah pelaku usaha ekonomi kreatif terbanyak yaitu sebanyak 52 unit, bergerak di 10 sub sektor industri kreatif yaitu Desain Produk, fashion, Film, Animasi dan Vidio, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Seni Pertunjukan, Seni Rupa dan Televisi-Radio (Dinas Periwisata Sumbar, 2018).

Sumatera Barat dengan kekayaan dan keanekaragaman kebudayaan memiliki prospek yang tinggi dalam mengembangkan ekonomi kreatif, produk-produk ekonomi

kreatif seperti; penciptaan kreasi-kreasi dengan unsur-unsur budaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi industri kreatif (Dinas Pariwisata Provinsi Sumbar, 2018). Sektor industri kreatif berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Industri ini berfokus dalam memperdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu (Departemen Pedagangan, 2008).

Perkembangan UKM di Kota Padang tidak terlepas dari berbagai macam kendala dalam pengelolaan keuangan. Adanya kendala dipicu dengan kurangnya pengalaman *owner/manager* dalam mengelola keuangan usahanya. Seorang *owner/manager* harus dapat mengelola, mengalokasikan, dan memanfaatkan sumber daya keuangan sesuai dengan tujuan usaha (Ida, 2010).

Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan salah satunya adalah dengan mengukur pertumbuhan laba, aset, penjualan, total produksi, modal kerja, biaya operasional, dan perumbuhan karyawan (Robert A, 2013). Kinerja keuangan merupakan analisis yang dilakukan oleh perusahaan untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aturan keuangan dengan baik dan benar (Fahmi, 2011).

Meskipun banyak usaha kecil dan menengah di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang yang bergerak dibidang industri kreatif, tetapi kecendrungan usaha belum menunjukkan peningkatan pendapatan usaha dari tahun ke tahun. Hal ini diduga berkaitan dengan kurangnya pemahaman *owner/manager* terhadap karakteristik wirausaha yang harus ditekuni oleh pelaku UKM (Rauch & Frese, 2009).

Kondisi seperti ini tidak menguntungkan bagi pelaku UKM industri kreatif di Kota Padang, terutama dalam menghadapi persaingan usaha yang nantinya akan berdampak terhadap kinerja keuangan UKM. Menurut Purnomo dan Lestari (2010) kesuksesan sebuah bisnis dapat ditentukan oleh karakteristik wirausaha. Menurut Entrialgo (2000) karakteristik wirausaha sangat berpengaruh terhadap kesuksesan suatu bisnis.

Peneliti sebelumnya telah menyelidiki banyak hal dalam berbagai faktor yang berpotensi mempengaruhi kinerja perusahaan (Danso et al, 2016). Faktor-faktor tersebut berkisar dari karakteristik wirausaha yang berkaitan dengan lingkungan bisnis. Sebagian besar perkembangan UKM bergantung pada karakteristik wirausaha dan hal ini menunjukkan bahwa untuk menilai kinerja UKM dapat dijelaskan melalui karakteristik wirausaha yang dimiliki pengusaha (Danso et al, 2016).

Karakteristik wirausaha merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan UKM. Menurut Robert (2017) karakteristik wirausaha sebagai penentu seorang *owner/ manager* terhadap kinerja usaha. Karakteristik wirausaha dibagi menjadi *personality traits*. *Personality traits* menggambarkan sifat atau ciri-ciri *owner/manager* yang berkaitan dengan tugas kewirausahaan. *Personality* yang kuat akan menjadi bekal bagi *owner/manager* untuk terus berusaha mempertahankan dan memajukan usahanya ditengah persaingan yang ada (Rauch dan Frese, 2007). Dengan kata lain, *personality traits* merupakan salah satu variabel penting yang harus dimiliki oleh *owner/manager* dan diduga akan mempengaruhi kinerja keuangan UKM Industri kreatif (Isaga, 2017).

Selain itu, *cognitive characteristics* juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan usaha kecil dan menengah. *Cognitive* adalah keyakinan seseorang yang didapatkan dari proses berfikir tentang seseorang atau sesuatu. Proses yang dilakukan adalah untuk memperoleh pengetahuan melalui aktivitas menganalisis, mengingat, memahami, menalar, dan menilai (Wikipedia, 2018). Sedangkan *Cognitive characteristics* didefinisikan sebagai karakteristik yang digunakan oleh pengusaha untuk membuat penilaian yang melibatkan kinerja UKM (Rauch dan Frese, 2007). Kepercayaan atau pengetahuan *owner/manager* tentang sesuatu dapat mempengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku atau tindakan mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seorang *owner/manager* akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku mereka (Wikipedia, 2018).

Kemampuan usaha kecil dan menengah dalam mencapai keberhasilan usaha dipengaruhi oleh faktor karakteristik kewirausahaan. Implikasi dari penerapan karakteristik wirausaha dinyatakan baik apabila *owner/manager* berhasil dalam menghadapi persaingan dalam era global. Melihat kondisi saat ini *owner/manager* di Kota Padang dituntut untuk lebih memahami bahwa *personality traits* dan *cognitive characteristics* sangat penting bagi pelaku usaha yang nantinya akan mempengaruhi kinerja keuangan UKM itu sendiri. Dari uraian diatas maka peneliti mengajukan judul penelitian yaitu **"Analisis Pengaruh *Personality traits* dengan mediasi *Cognitive Characteristics* Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Industri Kreatif Di Kota Padang".**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *personality traits owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *cognitive characteristics owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Personality traits* dengan mediasi *cognitive characteristics owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *personality traits owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *cognitive characteristics owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh *personality traits* dengan mediasi *cognitive characteristics owner/manager* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat:

1. Bagi Mahasiswa

   Dapat memahami berbagai konsep dan teori-teori yang bisa menjelaskan bagaimana indentifikasi pengaruh *personality traits* terhadap *cognitive characteristics* dan pengaruh *cognitive characteristics* terhadap kinerja keuangan UKM serta pengaruh *personality traits* dengan mediasi *cognitive characteristics* terhadap kinerja keuangan UKM.

2. Bagi Pembaca

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada pembaca. Setelah itu tujuan dari penelitian ini yaitu memberikan gambaran bagi pembaca tentang pengaruh *personality traits* terhadap *cognitive characteristics* dan pengaruh *cognitive characteristics* terhadap kinerja keuangan UKM serta pengaruh *personality traits* dengan mediasi *cognitive characteristics* terhadap kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu referensi untuk penelitian terkait *personality traits*, *cognitive characteristics* dan kinerja keuangan UKM industri kreatif di Kota Padang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini bermanfaat kepada:

1. Bagi Pemerintah

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan dan memberdayakan UKM guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

2. Bagi Perusahaan dan UKM

   Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan atau UKM industri kreatif untuk dapat meningkatkan atau memaksimalkan kinerja keuangan usaha.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Lingkup Konseptual

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup konseptual. Dimana penulis melakukan penelitian terhadap pengaruh *personality traits* dengan mediasi *cognitive characteristics* yang digunakan pada posisi manajemen, dengan menilai kinerja keuangan yang berdasarkan hasil pertumbuhan bisnis dan keuangan perusahaan.

1.5.2 Lingkup Kontekstual

Penulis membatasi ruang lingkup kontekstual, dengan melakukan penelitian pada UKM industri kreatif sub-sektor desain produk, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio di Kota Padang. Pemilihan sub-sektor berdasarkan pada pelaku usaha ekonomi kreatif

terbanyak di kota Padang yang merupakan sektor terpenting dan sub-sektor tersebut termasuk sepuluh sub-sektor terbesar di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

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

1) **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis 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 menguraikan kerangka teori yang merupakan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori yang digunakan meliputi *personality* dan *cognitive characteristics* dalam menjalankan bisnis sehingga mencapai kinerja keuangan UKM industri kreatif yang superior. Dalam bab ini juga akan menjelaskan 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.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA