

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam menopang pertumbuhan ekonomi. Bahkan, sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja yang kemudian menurunkan angka kemiskinan. Selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, UMKM juga memiliki kontribusi yang sangat penting mengatasi masalah pengangguran. UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja. Tumbuhnya UMKM menjadikannya sebagai sumber kesempatan kerja dan meningkatkan pendapatan dengan banyak menyerap tenaga kerja. Artinya UMKM punya peran strategis dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Kekuatan sektor UMKM sudah terbukti tatkala Indonesia mengalami krisis keuangan pada 1997-1998. Hanya sektor UMKM yang masih tumbuh, bahkan pascakrisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru terus meningkat (Hafni dan Rozali, 2015).

Menurut data, data tahun 2018, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 58,97 juta orang (<https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>). Hal ini menandakan bahwa persaingan bisnis di dunia usaha sangat ketat.

Menurut Suryana (2014: 13), wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara menerapkan

peluang dan mengombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Menjadi wirausaha tidaklah mudah, terdapat beberapa karakteristik wirausahawan yang menjadikan seorang pribadi sebagai pengusaha. Menurut Scarborough dan Zimmerer (dalam Suryana, 2014: 23), karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha antara lain :

1. Keinginan bertanggung jawab (*Desire for responsibility*)
2. Memilih risiko yang moderat (*Preference for moderate risk*)
3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*Confidence in their ability to succes*)
4. Menghendaki umpan balik segera (*Desire for immediate feedback*)
5. Semangat dan kerja keras (*High level of energy*)
6. Berorientasi ke depan (*Future orientation*)
7. Memiliki keterampilan organisasi (*Skill of organizing*)
8. Nilai prestasi lebih tinggi dari pada uang (*Value of achievement over money*)

Kesuksesan tidak selalu dapat diraih oleh semua pengusaha karena sekarang ini banyak kasus di bidang ekonomi terutama pada perusahaan yang besar mengalami kebangkrutan yang disebabkan oleh faktor eksternal yaitu salah satunya hutang. Selain masalah hutang menurut Zimmerer (2008) dikarenakan oleh beberapa faktor:

1. Tidak kompeten dalam hal manajerial
2. Kurang berpengalaman
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan

4. Gagal dalam perencanaan
5. Lokasi yang kurang memadai
6. Kurangnya pengawasan peralatan
7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan

Di Cirebon banyak terdapat usaha kecil menengah yang berhasil salah satunya yaitu toko souvenir. Dan salah satu toko souvenir di Cirebon adalah Toko Souvenir Cirebon Jeh. Usaha souvenir ini merupakan usaha yang terletak di CSB Mall Golden Sunset No.12, Jl Dr. Cipto Mangunkusumo No.26 Pekiringan dan Toko Souvenir Cirebon Jeh cukup dikenal oleh banyak orang Cirebon.

Toko Souvenir Cirebon Jeh sudah didirikan sejak tahun 2013 dan pemilik Toko Souvenir Cirebon Jeh bernama Bp. Reza Pramadia. Toko ini menjual berbagai macam souvenir khas keraton, mulai dari gantungan kunci, gelas, topeng, mainan anak kecil. Kerajinan tangan ini dibuat berdasarkan motif Mega Mendung. Harganya berkisar antara Rp 5.000 sampai Rp 500.000. Usaha ini berawal dari keinginan pemilik mengembangkan perekonomian UKM Souvenir di Cirebon. Pemilik mengambil barang dagangan souvenir dari para pedagang kemudian menjualnya kembali. Supplier dari Toko Souvenir Cirebon jeh antara lain Bp. Edi selaku pengrajin kaos, Bp. Wastani selaku pengrajin grabah dan Bp. Heri selaku pengrajin batik.

Pada awal usahanya, pemilik Cirebon Jeh ini hanya berjualan souvenir di rumah, menawarkan souvenir lewat teman-teman dan saudara. Namun berkat

kegigihan beliau, kemudian pemilik membuka outlet sendiri di Ruko CSB mall. Hingga saat ini Cirebon Jeh mempunyai 1 cabang sehingga memiliki 2 *outlet* di kota Cirebon. Di toko ini, pemilik mempunyai tempat untuk menampilkan barang dagangannya yang berupa souvenir khas Cirebon. Dengan semangat dan hasil kerja keras, Cirebon Jeh menjadi semakin berkembang serta barang dagangan bertambah banyak. Dalam perkembangannya, saat ini Toko Souvenir Cirebon Jeh dibantu oleh 7 orang karyawan. Di Cirebon, biro travel juga sering merekomendasikan Toko Souvenir Cirebon Jeh kepada pengunjung. Seperti Biro Travel Cirebon ku, Plesir Wisata, Alfi Tour. Biro Travel sering merekomendasikan Souvenir Cirebon Jeh karena toko ini dikenal dengan harga yang terjangkau dan lengkap. Pesaing Bisnis Toko Souvenir Jeh di Cirebon antara lain Toko Oleh-Oleh Pangestu dan Toko Souvenir Daud. Toko ini menjual barang yang hampir sama dengan Toko Souvenir Jeh

Berikut ini merupakan omset penjualan 6 bulan terakhir di Toko Souvenir Cirebon Jeh:

Tabel 1.1

Omset Penjualan Toko Souvenir Cirebon Jeh

Tahun	Penjualan (Rp)
Januari	23.202.000
Februari	22.906.000
Maret	21.231.000
April	20.156.000
Mei	19.065.000
Juni	20.450.000

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Melalui wawancara singkat dengan pemilik, di tahun 2019 ini Toko Souvenir Cirebon Jeh memiliki omset yang menurun. Seperti data yang dikemukakan data di atas, omset penjualan turun dari bulan Januari hingga bulan Mei. Kemudian naik lagi di bulan Juni. Pemilik menyatakan bahwa pada hari raya, banyak pengunjung yang datang ke kota Cirebon. Namun peningkatan omset ini tidak seperti yang diharapkan. Beliau menegaskan bahwa munculnya pesaing serupa menjadi salah satu hambatan terbesar untuk pendistribusian produk yang sudah siap dijual. Hal tersebut dikemukakan beliau ketika peneliti berdiskusi secara tatap langsung saat peneliti masih mencari permasalahan yang ada dalam bisnis tersebut.

Alasan dipilihnya Toko Souvenir Cirebon Jeh untuk dijadikan obyek penelitian ini adalah karena usaha ini baru berdiri tahun 2013. Sebagai usaha yang tidak sampai 10 tahun berdiri, penting bagi pemilik Toko Souvenir Cirebon Jeh untuk bertahan di tengah persaingan dan peneliti. Delapan karakteristik tersebut akan menilai apakah pemilik mampu menghadapi persaingan bisnis atau tidak. Karakteristik tersebut dapat menjadi acuan bagi Toko Souvenir Cirebon Jeh untuk mempersiapkan diri menghadapi persaingan dan meraih pasar semakin luas di dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dengan ini penulis ingin meneliti karakteristik pemilik Toko Souvenir Cirebon Jeh ke dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Identifikasi Karakteristik Pemilik Toko Souvenir Cirebon Jeh Menurut Scarborough dan Zimmerer”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah:

Bagaimana identifikasi karakteristik pemilik souvenir Cirebon Jeh menurut Scarborough dan Zimmerer?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasar rumusan masalah di atas, maka dapat dilakukan penelitian dengan tujuan sebagai berikut :

Untuk mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan pada pemilik Toko Souvenir Cirebon Jeh dengan teori karakteristik menurut Scarborough dan Zimmerer.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi pemilik dan melalui identifikasi karakteristik penelitian ini diharapkan juga dapat berguna untuk mengembangkan usaha toko souvenir Cirebon Jeh

b. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan pengetahuan dalam penelitian mengenai kewirausahaan.