

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sektor usaha kecil dan mikro merupakan sektor yang memiliki keragaman tinggi dan memainkan peran utama dalam perekonomian negara-negara berkembang. Usaha kecil dan mikro dipandang sebagai mesin pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia. Salah satu peran penting dari usaha kecil dan mikro adalah mengentaskan kemiskinan melalui penciptaan lapangan kerja (Alemu, 2015). Secara khusus, sektor usaha kecil dan mikro di Indonesia juga memiliki peran dalam perekonomian nasional yang terhitung cukup besar. Sektor usaha kecil dan mikro mampu menyerap tenaga kerja sekitar 97 persen dan menyumbang PDB (Pendapatan Domestik Bruto) hingga 60,34 persen (Putra, 2018).

Perubahan adalah tantangan yang dihadapi dalam dunia bisnis, terutama saat ini karena dunia sedang mengalami perubahan dengan sangat cepat. Hal ini ditandai dengan adanya ketidakpastian dalam bisnis. Perubahan dalam lingkungan bisnis juga terjadi karena bisnis menjadi terhubung secara global melalui perkembangan teknologi yang memungkinkan komunikasi menjadi semakin cepat. Hal ini merupakan suatu tantangan, namun sekaligus peluang bagi generasi baru wirausaha yang termotivasi dalam menciptakan usaha yang baru (Khosla & Gupta, 2017).

Seiring dengan percepatan perubahan, sejumlah besar perusahaan *start-up* dan perusahaan-perusahaan kecil sedang dibangun di seluruh dunia. Perusahaan-

perusahaan tersebut semakin responsif dan mudah beradaptasi terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis, karena ukurannya yang kecil yang memungkinkan untuk fleksibel dalam menghadapi turbulensi dan gangguan pasar. Perusahaan-perusahaan tersebut dibuat dan dijalankan oleh pengusaha, dan dengan demikian pengusaha telah menjadi pencipta kekayaan di negara-negara berkembang dan maju. Karakteristik kewirausahaan dari pemilik perusahaan *start-up* dan perusahaan kecil telah mendorong sejumlah perusahaan besar untuk mempelajari dan memperoleh berbagai sifat dan keterampilan yang dimiliki pengusaha tersebut. Hasilnya akan diterapkan dalam organisasi supaya adaptif, responsif dan sukses. Perusahaan-perusahaan besar tersebut telah menyadari bahwa ukuran perusahaan yang besar dan banyaknya lapisan, membuat organisasi menjadi kurang responsif dan lebih kaku sehingga terjadi stagnasi, keterlambatan dalam pengambilan keputusan dan penurunan (Khosla & Gupta, 2017). Oleh karena itu, mengkaji karakteristik kewirausahaan dari pemilik perusahaan *start-up* dan perusahaan kecil sangat penting.

Pentingnya kajian untuk mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan dari perusahaan *start-up* dan perusahaan kecil juga dikemukakan oleh Abdulwahab & Al-Damen (2015) karena tidak semua pengusaha dapat berhasil dalam bisnisnya. Pengusaha-pengusaha tersebut perlu memahami karakteristik khusus yang memungkinkannya untuk sukses dalam berbisnis. Sementara itu, karakteristik kewirausahaan telah dipelajari secara luas, namun hasilnya beragam termasuk dampaknya terhadap kesuksesan bisnis.

Utomo, dkk (2019) mengungkapkan karakteristik pribadi dan psikologi wirausaha merupakan penentu keberhasilan kinerja usaha. Organisasi dan segala sesuatu yang terjadi di dalamnya merupakan cerminan dari karakter pengusaha bersangkutan dan menentukan pencapaian kinerja. Al-Jufri, dkk (2017) mengungkapkan karakter pengusaha berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Karakter kewirausahaan dari pengusaha yang buruk akan menyebabkan rendah tingkat kesuksesan dari usaha. Sarwoko, dkk (2013) mengungkapkan karakteristik kewirausahaan dari seorang wirausaha berpengaruh terhadap kompetensi wirausaha dan kinerja organisasi. Karakteristik kewirausahaan dari seorang wirausaha tersebut adalah kebutuhan berprestasi yang tinggi, motivasi dan keberanian untuk memulai bisnis baru dengan memanfaatkan peluang yang ada, serta berani menghadapi risiko kegagalan bisnis yang mungkin terjadi.

Penelitian ini dilaksanakan pada Tasty Bakery yang merupakan usaha roti dan berlokasi di Jl. Tlogosari Semarang. Tasty Bakery didirikan oleh pemilik yang masih berusia 18 tahun. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Tasty Bakery, pemilik memutuskan untuk mendirikan usaha dibandingkan dengan melanjutkan studi. Keputusan tersebut juga ditetapkan dengan kesadaran bahwa akan banyak risiko yang dihadapi, meski demikian pemilik tersebut berusaha untuk menjadikan risiko menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

Konsekuensi dari keputusan menjadi pengusaha roti adalah belajar mengenai seluk beluk roti, baik yang dilakukan dengan mengikuti kursus, tutorial yang ada di internet, maupun belajar otodidak. Individu mengalami banyak kesulitan dan

kegagalan dalam proses menghasilkan produk roti. Permasalahan tidak hanya berhenti pada produk, namun juga pemasaran dan distribusi. Selain terus mengembangkan inovasi-inovasi produk (mengikuti perkembangan produk roti yang sedang *trend*), individu juga mengoptimalkan media sosial sebagai alat marketing, bahkan menggunakan *Go-Jek Online* untuk menjangkau konsumen.

Saat ini Tasty Bakery sudah berdiri selama lima tahun dan wilayah pemasarannya meliputi Semarang dan Demak, dimana wilayah Demak memberikan omzet lebih besar dibandingkan Semarang padahal wilayah pemasaran di Demak hanya berfokus di RSUD Sunan Kalijaga dan Kejaksaan Negeri Demak. Kendala yang dihadapi Tasty Bakery adalah penjualan produk masih dalam bentuk *pre order* (PO). Keterbatasan SDM dan peralatan juga membuat pembatasan dalam produksi, sehingga ketika terjadi lonjakan permintaan seringkali harus ditolak. Kondisi tersebut membuat pertumbuhan penjualan cenderung stagnan. Meski demikian, pengusaha Tasty Bakery tetap memiliki orientasi ke depan dengan membuka beberapa gerai baru khususnya di kota Semarang.

Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Konsekuensi dari perubahan tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan. Tasty Bakery masih perlu menyusun suatu strategi untuk mengantisipasi hal tersebut sehingga dapat mengembangkan lagi usahanya menjadi lebih maju. Salah satu strategi yang perlu dilaksanakan adalah memberikan kebutuhan dan keinginan yang ingin dicari oleh konsumen. Dengan mengutamakan hal tersebut maka konsumen akan merasa puas dan

nyaman saat mengkonsumsi produk yang ditawarkan perusahaan dan konsumen Tasty Bakery tidak beralih kepada pesaingnya. Dengan demikian perusahaan Tasty Bakery tetap bertahan dan dapat meningkatkan profit usahanya.

Alemu (2015) mengungkapkan pentingnya mengembangkan karakteristik kewirausahaan pengusaha dalam mendukung perkembangan usahanya. Oleh karena Tasty Bakery merupakan usaha kecil yang sedang berkembang dan ingin sukses maka pengusaha Tasty Bakery perlu mengembangkan karakteristik kewirausahaan yang mendukung usahanya. Karakteristik kewirausahaan ialah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga karakteristik kewirausahaan dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang (Meredith, 2014). Menurut Meredith (2014) karakteristik kewirausahaan yang perlu dimiliki oleh pengusaha yaitu percaya diri, berorientasikan tugas dan hasil, pengambil risiko, kepemimpinan, keorisinilan dan berorientasi ke masa depan. Karakteristik kewirausahaan pada teori Meredith memberikan penjelasan mengenai seluruh komponen karakteristik wirausaha terutama berkaitan dengan karakter utama yaitu dalam diri wirausahawan yang dinyatakan dalam karakteristik percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil serta mau mengambil risiko. Di sisi lain karakteristik menurut Meredith juga membahas mengenai proses yang kepemimpinan berorientasi ke depan yang sangat penting bagi seorang wirausahawan untuk berkembang. Hal ini ditunjukkan pada karakteristik orisinalitas dan juga adanya pandangan untuk masa depan. Dimensi karakteristik kewirausahaan dengan teori Meredith juga lebih mudah dimengerti dan diukur dari sisi wirausahawan. Sedangkan karakteristik indikator yang

dikemukakan oleh teori ahli lain belum sesuai untuk apabila diterapkan pada usaha roti Tasty Bakery hal tersebut dikarenakan toko roti Tasty Bakery masih berpusat pada penjualan yang ada pada toko mereka sendiri dan belum melaksanakan pendistribusian roti kepada pihak lain seperti teori karakteristik yang dikemukakan oleh Bygrave (dalam Alma, 2011) pada teori yang sering dikenal dengan teori 10D.

Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah “Identifikasi Karakteristik Kewirausahaan Pengusaha Roti Tasty Bakery menurut Meredith”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Karakteristik kewirausahaan memiliki peran penting terhadap keberhasilan usahanya, sehingga penting untuk mengidentifikasi karakteristik tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan penelitian bagaimana karakteristik kewirausahaan pengusaha roti Tasty Bakery yang mendukung keberhasilan usaha menurut karakteristik Meredith?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan karakteristik kewirausahaan pengusaha roti Tasty Bakery yang mendukung keberhasilan usaha.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Harapan dari dilakukannya penelitian ini memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

- a. Bagi pengusaha Tasty Bakery, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis berupa pengetahuan mengenai karakteristik yang mendukung kesuksesan dalam kewirausahaan, sehingga dapat menjadi umpan balik bagi wirausahawan untuk mengembangkan karakteristik yang positif, khususnya bagi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran untuk agenda penelitian sejenis di masa mendatang.

