

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang berperan dalam perekonomian nasional. Kondisi tersebut dikarenakan usaha ini cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi, potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sofyan, 2017).

Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62.9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (2017), sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. UMKM menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%) UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Kedudukan UMKM ini semakin kuat. Selain mampu menyerap tenaga kerja cukup banyak, pemilik usaha ini bersifat lincah sehingga mampu bertahan di dalam kondisi yang tidak menguntungkan, seperti terjadinya krisis global seperti saat ini. Umumnya, pemilik usaha ini memiliki strategi dengan membuat produk unik dan khusus sehingga tidak bersaing dengan produk dari usaha besar (Sarfiyah et al., 2019)..

Menurut Suryana (2019), 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, 2019), 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*)

Di Semarang banyak terdapat usaha kecil menengah salah satunya adalah usaha snack. Dan salah usaha snack tersebut adalah Basreng Julid. Usaha ini memproduksi krupuk bakso yang bernama “Basreng Julid”. Basreng Julid merupakan usaha yang memproduksi dan menjual krupuk bakso ikan dengan merk “Basreng Julid”. Krupuk Bakso “Basreng Julid” didirikan oleh Keven Junata sejak Maret 2016. Proses produksi terletak di Jalan Kampung Ngrembel nomor 5 RT 1 Gunung Pati Semarang.

Pada awal usahanya, pemilik Basreng Julid ini hanya berjualan lewat teman-teman dan saudara. Namun berkat kegigihan beliau, kemudian pemilik mengembangkan usahanya hingga mempunyai beberapa reseller di Indonesia. Hingga saat ini Basreng Julid tersebar di berbagai wilayah Indonesia, seperti Semarang, Solo, Pemalang, Surabaya dan Jepara.

Melalui usaha ini pemilik mengembangkan rasa lain dari Basreng Julid, seperti rasa original, rasa pedas dan rasa nyinyir. Dengan harga Rp 15.000, Basreng Julid menjadi pilihan snack bagi pecinta makanan. Berikut ini merupakan omset penjualan 6 bulan terakhir dari Basreng Julid :

Tabel 1.1 Omset Penjualan Basreng Julid

Tahun	Penjualan (Rp)
Mei	21.004.000
Juni	21.261.000
Juli	22.045.000
Agustus	22.533.000
Septemer	22.625.000
Oktober	23.440.000

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Melalui wawancara singkat dengan pemilik, Basreng Julid tahun ini sedang bekerja sama dengan Indomaret bahwa makanan tersebut akan masuk di seluruh Indomaret di Indonesia tahun ini. Sehingga beberapa konsumen yang menginginkan cemilan pedas ini tidak perlu repot membeli online tetapi bisa tersedia dan dibeli dengan mudah di minimarket termudah. Alasan dipilihnya Basreng Julid untuk dijadikan objek penelitian ini adalah karena pemilik bisa melihat peluang usaha dan bisa dijadikan sebagai contoh entrepreneur yang baik bagi pendiri UMKM. Pemilik menyatakan bahwa ia melihat peluang ini saat datang ke minimarket, terdapat beberapa snack atau cemilan namun cemilan yang memiliki rasa pedas hanyalah 1 merk yakni Maichi. Sehingga pemilik bisa melihat peluang untuk membuat suatu cemilan yang pedas dan enak bagi konsumen pecinta makanan pedas. Sebagai usaha yang tidak sampai 10 tahun berdiri, penting bagi pemilik Basreng Julid untuk bertahan di tengah persaingan. Delapan karakteristik dari Scarborough Dan Zimmerer akan bisa digunakan untuk menilai apakah pemilik mampu menghadapi persaingan bisnis atau tidak.

Karakteristik tersebut dapat menjadi acuan bagi Basreng Julid untuk mempersiapkan diri menghadapi persaingan dan meraih pasar semakin luas di dalam menjalankan usaha. Selain itu teori karakteristik kewirausahaan dari Scarborough dan Zimmerer dalam mencapai kesuksesan dengan persaingan yang semakin ketat ini. Karakteristik kewirausahaan *Scarborough* dan *Zimmerer* memiliki delapan indikator yang lebih banyak dan lengkap dibandingkan dengan karakteristik kewirausahaan *Meredith* maupun *Bygrave* sehingga dipandang lebih lengkap dan dipilih sebagai teori untuk mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan pemilik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dengan ini penulis ingin meneliti karakteristik pemilik *Scarborough* Dan *Zimmerer* ke dalam sebuah penelitian yang berjudul “Identifikasi Karakteristik Pemilik Basreng Julid Menurut Teori *Scarborough* Dan *Zimmerer*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

Bagaimana identifikasi karakteristik pemilik Basreng Julid menurut teori Scarborough dan Zimmerer?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

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

Mengidentifikasi karakteristik kewirausahaan pada pemilik Basreng Julid menurut teori 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 Basreng Julid.

b) Bagi Peneliti

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

