

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Penciptaan usaha merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Adanya penciptaan bisnis atau usaha akan dapat mengangkat taraf hidup pelaku bisnis tersebut atau dapat disebut dengan wirausaha (Suryana, 2013). Selain itu dengan adanya penciptaan bisnis maka hal tersebut juga secara langsung dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain yang membutuhkan pekerjaan sehingga dapat menyejahterakan kepentingan umum juga (Meredith, 2014).

Pentingnya wirausaha dalam penciptaan pekerjaan dan peningkatan ekonomi ini juga dirasakan ketika negara ingin menjadi negara maju. Seperti Indonesia yang untuk dapat disebut menjadi negara maju harus memiliki wirausaha sebanyak 14% dari seluruh total penduduknya, sementara saat ini baru sekitar 3% penduduk Indonesia yang menjadi wirausaha (Jayadiputra, 2020). Hal ini menjadikan kesempatan dalam menjadi wirausaha masih terbuka dan perlu adanya dorongan untuk masyarakat agar dapat menjadi wirausaha dalam bisnisnya.

Upaya mendorong wirausaha ini dilakukan dengan mendorong penciptaan UMKM terutama di tingkat daerah. UMKM dipandang sebagai suatu bentuk usaha yang dapat bertahan dan telah terbukti mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) nasional dan

ekspor. UMKM menyumbang 55,6 persen terhadap PDB harga berlaku dengan nilai investasi mencapai Rp 640,4 triliun atau 52,9 persen dari total investasi. Tak hanya itu, UMKM juga menghasilkan devisa sebesar Rp 183,8 triliun atau 20,2% dari jumlah sektor ekonomi Indonesia. Pada tahun 2020 UMKM di Indonesia terdapat lebih dari jumlah pelaku UMKM. Yaitu sebanyak 64 juta unit usaha atau 99,91 persen dari seluruh jumlah pelaku usaha di Indonesia. Jumlah tenaga kerjanya mencapai 90,9 juta pekerja atau sebanding dengan 97,1 persen dari seluruh tenaga kerja Indonesia (Nainggolan, 2020).

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa Indonesia mempunyai potensi basis ekonomi nasional yang kuat karena jumlah UMKM terutama usaha mikro yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar. Pemerintah dan pelaku usaha harus menaikkan 'kelas' usaha mikro menjadi usaha menengah. Basis usaha ini juga terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat (Diranto, 2020).

Akan tetapi di dalam UMKM sendiri masih memiliki banyak permasalahan. Kinerja di lapangan yang dihadapi oleh sebagian besar usaha, terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Harus diakui bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan kecil (yang banyak menyerap tenaga kerja), memiliki produktivitas yang sangat

rendah (Arto & Hutomo, 2013). Walaupun demikian Pemerintah mendorong berdirinya UMKM agar masyarakat mampu memenuhi kebutuhan ekonominya dan berdaya saing terutama pada UMKM lokal yang usahanya masih tradisional atau menjual ciri khas dari suatu daerah dengan berbasis industri kreatif yaitu sektor kuliner, kerajinan, fashion, musik dan permainan interaktif (Yamani et al., 2019).

Salah satu sektor UMKM yang mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah adalah pada sektor kuliner terutama sektor kuliner yang menggambarkan ciri khas dari daerah tersebut. UMKM usaha kuliner tradisional Indonesia adalah UMKM yang membuat dan mengolah semua jenis makanan asli Indonesia, dengan menggunakan bahan lokal dan dengan cara pengolahan yang beragam dan bervariasi, serta memiliki ciri khas daerah setempat, mulai dari makanan utama, makanan selingan dan minuman yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat daerah tersebut (Mangantar et al., 2016). Makanan tradisional Indonesia yang kaya akan beraneka ragam bumbu dan rempah-rempah dapat diharapkan menjadi potensi yang sulit untuk ditiru negara-negara lainnya di dunia mengingat keunikan dan keberagamannya. Makanan tradisional Indonesia bukan hanya sekedar berfungsi untuk memenuhi kebutuhan fisik yang kaya akan gizi makanan, akan tetapi juga berfungsi sebagai sumber gizi yang mengandung unsur obat-obatan dan perawatan kecantikan yang sulit dijumpai pada makanan-makanan nasional lainnya yang telah diterima secara internasional selama ini (Cahyono & Kunhadi, 2020).

Dalam usaha UMKM kuliner lokal ini, yang terpenting selain dari produk yang dijual adalah juga dari wirausaha yang menjalankan usahanya tersebut sebab seringkali terjadi penurunan usaha dari pelaku UMKM lokal ini bukan hanya karena wirausaha yang menjalankannya kurang memiliki kemampuan dalam bidang manajemen namun juga karena wirausaha tersebut tidak memiliki karakteristik wirausaha yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan bisnis yang dijalankannya, sehingga pada akhirnya bisnis tersebut hanya jalan di tempat atau justru mengalami kemunduran (Fauji & Ernestivita, 2019). Hal ini menunjukkan pentingnya karakteristik kewirausahaan dalam UMKM lokal bagi wirausaha sehingga dapat melakukan pengembangan usahanya (Harahap & Ramadhani, 2019).

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). Seorang wirausaha adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara menerapkan peluang dan mengkombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan. Sehingga dalam pencapaian tujuan bisnisnya, seorang wirausaha harus memiliki karakteristik kewirausahaan yang kuat agar tidak mudah menyerah dalam mencapainya (Suryana, 2013). Hal ini sesuai dengan pendapat (Bygrave & Zacharakis, 2014) yang menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan yang kuat perlu dimiliki oleh seorang wirausaha, dengan karakteristik kewirausahaannya yang kuat

tersebut, wirausaha tidak menyerah dan putus asa walaupun mengalami berbagai kesulitan dalam berbisnis serta selalu dapat bangkit kembali.

Bygrave dan Zacharakis (2013) mengemukakan indikator 10 Ds untuk pengungkapan karakteristik kewirausahaan yaitu *dream, decisiveness, doers, determination, dedication, devotion, details, destiny, dollars* dan *distribute*. Teori 10Ds Bygrave dan Zacharakis mampu mendeskripsikan mengenai karakteristik dari wirausaha yang sukses melalui kompetensi yang berbeda-beda sehingga dapat mengidentifikasi karakteristik yang paling tepat dari seorang wirausaha berdasarkan kepribadian, kemampuan dan kompetensinya yang berbeda-beda antar bidang usaha (Bygrave & Zacharakis, 2014). Pemilihan dari teori Bygrave dan Zacharakis di antara teori karakteristik kewirausahaan lainnya adalah karena pada teori karakteristik kewirausahaan lainnya hanya fokus pada masa lalu dari pemilik, sedangkan pada teori Bygrave dan Zacharakis memfokuskan pada transformasi pemilik yang dinamis selama menjalankan usahanya (Bygrave & Zacharakis, 2014).

Salah satu UMKM kuliner lokal tradisional adalah UMKM ketempling. Ketempling adalah camilan khas Kabupaten Kuningan Jawa Barat sejenis gemblong yang terbuat dari bahan dasar singkong. Ketempling ini memiliki bentuk bulat kembang dan kosong di bagian tengahnya. Rasanya yang gurih dan teksturnya yang renyah menjadikan ketempling sebagai teman yang pas untuk menyantap bakso, mie, ataupun soto. UMKM ketempling digunakan sebagai obyek penelitian karena UMKM ketempling merupakan penyangga perekonomian di Kabupaten Kuningan seperti dapat terlihat dari table berikut:



**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM Kabupaten Kuningan**

UMKM	Jumlah
Ketempling	5.151
Total UMKM	13.204
Persentase kontribusi	39,01%

Sumber: <https://kuningankab.bps.go.id/statictable/>, 2021

Berdasarkan table 1, dapat diketahui bahwa jumlah UMKM ketempling di kabupaten Kuningan berkontribusi terhadap 39,01% dari seluruh industri yang ada. Karakteristik UMKM ketempling di Kuningan berdasarkan Badan Pusat Statistik, rata-rata merupakan industri rumah tangga dengan peralatan konvensional, biasanya dikerjakan secara sendiri (1 orang), rata-rata tidak memiliki karyawan, dan memiliki omset kurang lebih 1 kg dalam 1 bulan.

UMKM yang menjadi objek penelitian ini adalah produsen ketempling yaitu Raos Ih yang telah berdiri sejak bulan Agustus 2003 di Desa Pasir Kabupaten Kuningan dengan pemilik Ibu Karina Icoh. UMKM Raos Ih digunakan sebagai obyek penelitian karena memiliki perbedaan dengan UMKM ketempling lainnya di Kabupaten Kuningan. Perbedaan ini adalah saat ini Raos Ih sudah mempekerjakan hingga 30 orang, masih berupa *home industry* namun sudah menggunakan mesin untuk memasak ketempling dan saat ini mampu memproduksi hingga lebih dari 100 kg per bulan.

Awal mula pendirian usaha Raos Ih ini oleh Ibu Karina Icoh adalah dulunya Ibu Karina bersama dengan ibunya berjualan sembako pada tahun 1996 namun usaha tersebut tidak terlalu laku. Walaupun demikian hal ini tidak

membuat Ibu Karina menyerah dalam berwirausaha sehingga berinisiatif untuk bereksperimen membuat gemblong yang kemudian lebih dikenal sebagai ketempling. Pada awalnya ketempling yang dibuat hanya satu macam rasa saja yaitu original saja, untuk menawarkannya Ibu Karina menawarkan dari mulut ke mulut melalui klub tempat senamnya di daerah Desa Pasir. Orderan awalnya adalah 1 kg saja, kemudian Ibu Karina juga mencoba di tempatnya berenang dan mampu menjual lebih banyak. Ibu Karina lalu mencoba untuk menawarkan ke rumah makan dan ke pusat oleh-oleh di Kabupaten Kuningan. Hal ini kemudian dapat meningkatkan omsetnya per bulan secara signifikan yang dahulu dari 7 kg per bulan menjadi 20 kg per bulan pada enam bulan pertama dan menjadi 100 kg per bulan pada tahun kedua.

Ramainya pembeli ketempling Raos Ih membuatnya dikenal oleh para pembeli dari luar kota sebab ada beberapa pembeli yang membelikan saudaranya dari luar kota bahkan luar pulau, yang cocok dengan rasa dari ketempling Raos Ih sehingga area pemasarannya menjadi bertambah luas, dari sekitar Kabupaten Kuningan menjadi ke Bandung dan Jakarta, kemudian saat ini sudah melakukan pengiriman ke luar pulau yaitu Sumatera, Kalimantan dan Sulawesi. Dahulu Ibu Karina tidak menggunakan karyawan dan hanya berdua bersama ibunya melakukan produksi ketempling. Saat ini karyawannya berjumlah 30 orang walaupun karena efek pandemi Covid-19 terpaksa melakukan pengurangan karyawan hingga menjadi 15 orang. Produksi dilakukan selama 7 hari dalam seminggu dari jam 8.00 hingga 15.00. Adanya kemampuan dari Ibu Karina Ichi yang mampu bangkit dari kegagalannya berbisnis sembako dan merintis bisnis

UMKM ketempling Raos Ih ini menunjukkan adanya karakteristik kewirausahaan yang kuat dalam diri Ibu Karina Icoh. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Karina Icoh, kondisi yang saat ini dialami oleh ketempling Raos Ih adalah menurunnya omset atau pendapatan UMKM Ketempling “Raos Ih” sebanyak 70% selama pelaksanaan PSBB dan PPKM. Ibu Karina Icoh tidak ingin untuk menutup usahanya karena memilih mempertahankan usaha dan karyawannya yang bergantung dari pekerjaan yang diberikan di UMKM Ketempling “Raos Ih” sebab ada karyawan yang telah bekerja dari tahun 2003 hingga 2021 ini. Ibu Karina Icoh memilih untuk berhutang bank untuk menyelamatkan usahanya, namun pada awal PPKM selama 3 bulan, omset hanya 10% saja sehingga ada kerugian sebesar Rp 70 juta. Ibu Karina Icoh sempat merencanakan untuk menjual rumah untuk menutup hutang bahan baku dan menyelamatkan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut maka akan dilakukan penelitian mengenai karakteristik kewirausahaan Ibu Karina Icoh selaku pemilik UMKM ketempling Raos Ih yang berlokasi di Desa Pasir Kabupaten Kuningan, Jawa Barat dengan menggunakan indikator 10 Ds dari teori karakteristik kewirausahaan Bygrave dan Zacharakis (2013) dengan judul penelitian “Karakteristik Kewirausahaan Pemilik UMKM Ketempling “Raos Ih” Desa Pasir Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana karakteristik



kewirausahaan Pemilik UMKM Ketempling “Raos Ih” Desa Pasir Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat?”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulis dalam menyusun penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik kewirausahaan Pemilik UMKM Ketempling “Raos Ih” Desa Pasir Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang diharapkan adalah:

#### **1. Bagi peneliti**

Untuk mengembangkan pengetahuan yang dimiliki peneliti terutama dalam bidang kewirausahaan yang berhubungan dengan karakteristik kewirausahaan.

#### **2. Bagi perusahaan**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan serta pengetahuan bagi pemilik UMKM ketempling “Raos Ih” sehingga mengetahui mengenai kekuatan karakteristik kewirausahaan yang dimilikinya untuk dapat mendukung usahanya.

#### **3. Bagi akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi serta masukan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa di masa yang mendatang.