

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Sehubungan dengan perkembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, atau pembuatan. Sedangkan menurut Afifah dalam Putri dkk (2015 : 45) pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan merupakan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha.

Nurrohmah, (2015 : 20) Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Purwati (2012:20), perkembangan adalah wujud kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat dengan jumlah penjualan yang semakin meningkat, kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada dan berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai akses yang luas terhadap lembaga keuangan sehingga dapat meningkatkan pembiayaan usaha.

Lebih lanjut Maribot (2010:168), perkembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan

pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan mendatang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja. Sedangkan menurut Mangkuprawira (2014:135), menyatakan bahwa perkembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan dimasa mendatang.

Pengembangan usaha telah lama menjadi bagian dari fungsi pemasaran yang difokuskan untuk memperoleh relasi serta saluran pemasaran baru. Pemasaran adalah proses menciptakan dan memberikan penawaran bagi pelanggan atau klien bisnis. Sementara dalam prosesnya pengembang usaha akan mencari cara untuk menarik target pasar.

Di sini tim pemasaran akan menyesuaikan keterampilan dan anggaran yang ada untuk menciptakan materi atau konten yang dapat menarik pelanggan dan menciptakan relasi bisnis dalam jangka panjang.

Strategi pengembangan usaha bisa menjadi sebuah kunci keberhasilan atau bahkan kegagalan pada suatu perusahaan. Untuk menentukan target yang tepat dan strategi pengembangan usaha mana yang harus digunakan untuk mencapai tujuan bisnis bisa menjadi keputusan berisiko. Ketika bisnis memiliki strategi yang kuat, selaras dengan tujuan bisnis, dan diimplementasikan dengan baik, maka strategi tersebut berpotensi meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas yang tinggi.

Tetapi, jika strategi dan implementasi yang digunakan salah, maka dapat menghambat pertumbuhan bisnis, membuat bisnis kewalahan, dan melewatkan banyak peluang berharga. Selain itu tanpa adanya strategi pengembangan usaha, bisnis akan kesulitan untuk mengidentifikasi prospek yang memenuhi syarat atau bahkan menghabiskan waktu untuk mengembangkan prospek yang tidak memiliki minat pada bisnis Anda.

Sangat penting bagi bisnis untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang strategi pengembangan usaha terbaik bagi bisnis. Strategi pengembangan bisnis yang paling umum adalah kombinasi dari relasi, rekomendasi, periklanan, dan pemasaran konten. Melalui penggunaan strategis dan pemanfaatan taktik inilah bisnis dapat menjaga hubungan bisnis yang sukses dalam jangka panjang.

Kewirausahaan secara umum adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Kewirausahaan adalah kemampuan manajer resiko (risk manager) dalam mengoptimalkan segala sumber daya yang ada, baik itu materil, intelektual, waktu, dan kemampuan kretivitasnya untuk menghasilkan suatu produk atau usaha yang berguna bagi dirinya dan bagi orang lain. Tiap orang tertarik kepada kewirausahaan kerana berbagai imbalan yang dapat dikelompokkan dalam tiga kategori dasar : Laba, Kebebasan, dan kepuasan dalam menjalani hidup serta mampu melakukan gebrakan-gebrakan baru yang orang lain belum melakukan. Joko Untoro (2012) bahwa kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

Dalam buku *Entrepreneurial Finance* oleh J. Leach Ronald Melicher (2009) bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses dalam merubah ide menjadi kesempatan komersil dan menciptakan nilai (harga) “Process of changing ideas into commercial opportunities and creating value”. Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang lain , memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain.

Menurut Hisrich-Peters (Suryana dan Bayu, 2011), “kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi”.

Menurut Coulter (Suryana dan Bayu, 2011), “kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi pada pemerolehan keuntungan, penciptaan nilai, dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif”. Zimmerer (Kasmir, 2011) menyatakan bahwa “kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha)”. Senada dengan pendapat tersebut, Ropke (Suryana dan Bayu, 2011) mengemukakan bahwa “kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang telah ada (inovasi), tujuannya adalah tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat”.

Meredith (Suryana, 2008) mengemukakan bahwa : Berwirausaha berarti memadukan watak pribadi, keuangan, dan sumber daya. Oleh karena itu, berwirausaha merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil risiko, keputusan, dan tindakan untuk mencapai tujuan. Dari beberapa pendapat tersebut, ada kesamaan inti antara definisi kewirausahaan yang satu dengan lainnya. Kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda dengan menggunakan waktu, modal, serta berani mengambil risiko untuk meningkatkan kesejahteraan individu.

Motivasi adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi atau mendorong seseorang yang merupakan energi pada diri seseorang untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Motivasi dapat pula dikatakan serangkaian usaha untuk menyediakan kondisi-kondisi tertentu, sehingga seseorang itu mau dan ingin melakukan sesuatu dan bila ia tidak suka, maka akan berusaha untuk meniadakan atau mengelakkan perasaan tidak suka itu. Jadi, motivasi itu dapat dirangsang dari luar tetapi motivasi itu adalah tumbuh di dalam diri seseorang. Menurut Wikanso (2013), dalam konteks entrepreneur, maka motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Motivasi berwirausaha adalah dorongan kuat dari dalam diri seseorang untuk memulai mengaktualisasi potensi diri dalam berfikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk baru dan bernilai tambah guna kepentingan bersama. Wirausaha akan muncul ketika seseorang berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Membuat seseorang menjadi berani mengembangkan usaha dan idenya melalui motivasi berwirausaha yang kuat. Dua hal tersebut harus saling berhubungan agar tercipta wirausaha yang kuat dan tangguh serta berkualitas (Astuti, 2014).

Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan berwiraswasta tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan

uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahnya jelas lebih berharga dari pada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.

Suyanto 2010 : 179 keberhasilan usaha industri kecil dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan.

Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti : kinerja keuangan dan image perusahaan.

Pantai Warna Oesapa merupakan salah satu ruang terbuka publik favorit bagi masyarakat Kota Kupang dan sekitarnya. Kawasan pantai ini berkembang seiring dengan meningkatnya pembangunan infrastruktur pedestrian pada sepanjang pesisir pantai Kota Kupang. Pembangunan pedestrian merupakan bentuk inisiasi Pemerintah Kota Kupang untuk mendukung program Kota Kupang sebagai waterfront city. Pembangunan pada kawasan pesisir sebenarnya merupakan wujud upaya Pemerintah untuk menjawab kebutuhan masyarakat terhadap ketersediaan ruang terbuka publik sekaligus memberikan kemudahan masyarakat mengakses ruang pantai yang selama ini cenderung diprivatisasi oleh pihak swasta.

Selama beberapa tahun digunakan sebagai ruang publik telah menunjukkan dampak perkembangan aktivitas pantai Warna yang lebih variatif dan ramai terutama menjelang sore, malam bahkan mencapai waktu dini hari. Keberadaan jalur

pedestrian mulanya dibangun untuk mewadahi aktivitas rekreasi namun seiring perkembangannya telah memicu pertumbuhan sektor informal pedagang kaki lima (PKL) yang mendominasi pada kawasan tersebut. Fenomena pertumbuhan dan persebaran PKL yang semakin bertambah dan meluas memberikan gambaran perwujudan terjadinya perkembangan kota. Keberadaan PKL tidak dapat dipisahkan dengan perkembangan ekonomi dan sosial masyarakat Kota Kupang. Realita yang terjadi menggambarkan bergeliatnya aktivitas ekonomi dan sosial memberikan dampak positif terhadap perkembangan kawasan pantai Warna. Namun seiring perkembangan aktivitas ekonomi, memunculkan eksternalitas lingkungan yang berpengaruh terhadap kondisi lingkungan fisik dan sosial yang memicu permasalahan-permasalahan terhadap kualitas ruang terbuka publik pada kawasan tersebut.

Tabel 1.1

Data Penjualan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pantai Warna Oesapa

No	Nama Produk	Harga Satuan (Rp)	Jumlah	Penjualan (Rp)	Rata-Rata Tahunan (Rp)
1	Jagung bakar	5.000	10	50.000	18.500.000
2	Kelapa mudah	10.000	8	70.000	25.200.000
3	Kopi	5.000	13	20.000	7.200.000
4	Salome	1.000	5	100.000	36.000.000
5	Jumlah		36	240.000	86.900.000

Sumber : *Pedagang Kaki Lima Pantai Warna Oesapa (2022)*

Maka dari table 1.1 di atas dapat dilihat penjualan jagung bakar, kelapa muda, kopi, dan salome per-tahunnya mengalami peningkatan dikarenakan makanan dan minuman ini menjadi makanan utama di pantai warna oesapa.

Persaingan yang sangat ketat dalam memperebutkan pasar serta keinginan untuk mempromosikan serta keinginan untuk kemajuan usahanya maka setiap penjual memiliki strategi sendiri dalam penjualan barangnya masing-masing hal ini

menimbulkan harga penjualan serta penjualan produk yang dijual pertahunnya mengalami kenaikan drastis.

Menurut penelitian terdahulu Muhamad Reza Satiawan (2019) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh jiwa kewirausahaan, kreativitas dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha terdapat pengaruh yang signifikan jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha foodcourt di Sentra Grosir Cikarang. Artinya bahwa semakin tinggi jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha maka semakin tinggi keberhasilan usaha yang dicapai dan sebaliknya semakin rendah jiwa kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha maka semakin rendah keberhasilan usaha yang dicapai. Besarnya pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dapat diprosentasekan sebesar 26,3%.

Menurut penelitian terdahulu Oey Hannes Widjaja (2022) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan serta motivasi pada keberhasilan usaha kota pontianak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan serta motivasi berpengaruh pada keberhasilan usaha UMKM kuliner di kota Pontianak. Sampel penelitian adalah sebanyak 80 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah convenience sampling yang dikumpulkan melalui kuisinoner online berupa google form. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode structural equation modelling (SEM) dan diolah menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.3.3. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan pada pengetahuan kewirausahaan, karakteristik kewirausahaan dan motivasi terhadap keberhasilan usaha MUKM kuliner di kota Pontianak.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penulis hendak mengajukan judul “ PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN

MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PANTAI WARNA OESAPA”

1.2 Masalah Penelitian.

Berdasarkan Latar Belakang diatas maka Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA PEDAGANG KAKI LIMA DI PANTAI WARNA OESAPA.

1.3 Persoalan Penelitian.

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima di pantai warna Oesapa?
- b. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima di pantai warna Oesapa?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.

- a. Tujuan Penelitian ;
 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima di pantai warna Oesapa.
 2. Untuk mengetahui dan menganalisis penngaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha pada pedagang kaki lima di pantai warna Oesapa.
- b. Manfaat Penelitian ;
 1. Manfaat akademis ;

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

2. Manfaat praktis ;
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang pengetahuan kewirausahaan, motivasi, dan keberhasilan usaha agar memperdalam ilmu pengetahuan.
 - b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan, motivasi terhadap keberhasilan usaha.