

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memberikan sumbangan serta kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia, dimana UMKM bukan suatu yang asing dan tidak perlu dipertimbangkan lagi keberadaannya. Informasi yang disampaikan oleh kementerian bidang koperasi dan UMKM (2020), UMKM merupakan usaha yang memberikan masukan serta kontribusi yang sangat berpengaruh bagi masyarakat Indonesia dengan terciptanya investasi nasional serta adanya peningkatan bruto PDB Nasional, maupun dalam menyerap tenaga kerja dalam mendapatkan pekerjaan.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, selain karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. UMKM akan memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat struktural, yaitu meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Adanya tingkat pengangguran yang tinggi sebagai akibat dari krisis ekonomi yang di Indonesia, memberikan pelajaran berharga tentang perlunya kreativitas dari setiap individu untuk tidak mengandalkan pekerjaan dari orang lain, melainkan menciptakan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan menghidupkan kembali roda perekonomian Indonesia.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sumber pekerjaan dan pendapatan yang stabil bagi masyarakat, sehingga perlu didukung dengan bantuan akses permodalan dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat mengurangi kesenjangan ekonomi penduduk Indonesia. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam ketahanan ekonomi nasional telah teraktualisasi pada masa krisis nasional pada tahun 1998 hingga saat ini. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu menjadi faktor penggerak utama ekonomi nasional selama masa krisis hingga saat ini. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai bentuk ekonomi rakyat sangat besar terutama ketika pengeluaran pemerintah sangat terbatas untuk perekonomian nasional dan krisis kegiatan investasi (Prasetyo, 2008).

Dalam berwirausaha, pelaku usaha harus pandai dalam berperilaku sehingga dalam memasarkan produk yang dipasarkan dapat tersalurkan oleh konsumen sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan usahanya. Pendapatan menurut Kartikahadi, dkk (2012:186) adalah: Penghasilan (income) adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Ikatan Akuntan Indonesia (2019:22) mengungkapkan dalam Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) mendefinisikan Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas entitas yang biasa dan dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, imbalan, bunga, dan dividen.

Pendapatan akan terus meningkat jika seorang wirausaha mampu memiliki sikap kewirausahaan yang telaten sehingga mampu melakukan pemasaran usahanya yang akan memberi peningkatan bagi pendapatan. Menurut Anggita Dewi (2015: 2), perilaku kewirausahaan adalah kesiapan seseorang untuk merespon secara konsisten terhadap ciri-ciri yang dimiliki oleh

seorang wirausaha, yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, pengambilan resiko dan suka tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi ke masa depan.

Sedangkan menurut Ginajar (2015:12) perilaku kewirausahaan adalah semangat, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang besar.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Suyanto, 2014 : 18).

Menurut David (2004 : 34), Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Begitu banyak para ahli pemasaran yang berusaha mendefinisikan arti dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli mempunyai satu kesamaan yaitu melayani konsumen dan memenuhi kebutuhannya dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan.

Perkembangan perekonomian dunia pada saat ini mengalami peningkatan yang sangat besar, dapat dilihat dari begitu banyaknya negara-negara yang bersaing untuk menjadi negara yang maju. Hal ini tidak lepas dari aspek-aspek yang menunjang didalam perkembangan tersebut diantaranya manajemen sumber daya manusia, yang merupakan salah satu aspek penting dalam suatu organisasi baik secara formal mau pun non- formal dalam mencapai suatu tujuan, dimana

manajemen sumber daya manusia yang memfokuskan pada orang sebagai subjek atau pelaku dan sebagai objek dari pelaku.

Tabel 1.1 Data UMKM (Jenis Usaha Kuliner) Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima

Jenis Usaha	Jumlah Unit Usaha	Modal (Rp)	Omset
Bakso	10	15.000.000	6.000.000
Jual Gorengan	5	6.000.000	8.000.000
Warung makan	10	25.000.000	12.000.000
Kantin sekolah	5	2.000.000	6.000.000
Jagung bakar	5	5.000.000	6.000.000

Sumber data: Pemerintah Kota Kupang Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah, 2022

Berdasarkan tabel pelaku UMKM diatas dapat diketahui bahwa terdapat 5 jenis usaha kuliner pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima dengan total 35 usaha yang sedang berjalan saat ini sesuai dengan data dari Dinas Koperasi, UKM Kota Kupang. Usaha yang dijalankan pelaku usaha cukup bagus karena pelaku usaha memilih tempat yang strategis sehingga pendapatan omzet perbulannya dapat memadai.

Sebagai acuan dari penelitian ini dikemukakan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu Khoiria Rizky Tanjung (2018) Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia, hasil penelitiannya yaitu Hasil penelitian ini adalah variabel perilaku usaha (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Y) dengan hasil thitung sebesar 1,991 > ttabel yaitu 1,673 dengan taraf signifikan sebesar 0,00 dimana 0,009 < 0,005. Variabel pemasaran (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pegawai (Y) dengan hasil thitung sebesar 7,197 > ttabel yaitu 1,673 dengan taraf signifikan sebesar 0,000 dimana 0,000 < 0,005. Lalu variabel perilaku kewirausahaan (X1) dan

pemasaran (X2) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Y) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$.

Nurfadillah Arifia Nasution (2022) Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Family Di Kota Medan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sedangkan pemasaran tidak berpengaruh terhadap pendapatan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

1.2.Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

1.3.Persoalan Penelitian

- a. Apakah perilaku kewirausahaan berpengaruh Terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang?
- b. Apakah pemasaran berpengaruh Terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.
2. Untuk Mengetahui pengaruh pemasaran terhadap Pendapatan UMKM Di Kelurahan Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

b. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain :

a. Manfaat Akademik

Secara akademi penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu dan referensi pengetahuan di Fakultas Ekonomi terlebih khusus Program Studi manajemen sumberdaya manusia Universitas Kristen Artha Wacana.

b. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak terkait dalam hal ini pelaku UMKM sebagai masukan dan di jadikan bahan pertimbangan dalam menjalankan usaha.