BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian di Kota Kupang mendorong pemerintah membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Usaha mikro kecil menengah, memegang peranan penting sebagai sektor yang potensial dan penjaga stabilitas perekonomian secara umum, mengingat usaha kecildan menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap angkatan kerja dan peningkatkan kesejahteraan rakyat. UMKM dikenal sebagai akronim dari Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Namun, jika dituntut dari definisi dan sudut pandang yang berbeda, UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh individu maupun maupunkelompok. Menurut ekonomi senior,Prof. Ina Primiana, UMKM adalah kegiatan usaha berskala kecil yang mendorong pengeraka pembangunan dan perekonomian Indonesia (Tambunan,2017:12).

Di Provinsi Nusa Tenggara Timur jumlah perusahaan yang tercatat dalam BPS dari tahun 2020-2022 yaitu sebanyak 168.002 jenis UMKM baik yang bergerak dibidang kuliner, fashion, usaha agribisnis, maupun usaha lainnya. UMKM merupakan perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseoran atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu. UMKM memiliki peran penting untuk pembangunan ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia umumnya dan khususnya di wilayah Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang,

sehingga dengan keberadaan sektor UMKM dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi tingkat pengangguran. Keberadaan dan kemandirian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Kecamatan Kelapa Lima, ditentukan oleh tingkat kemampuan dan pengetahuan seseorang terhadap keuangan yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Menurut Lusardi(2009).

Karakteristik sifat yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha menurut Subnar (20011:13)diantaranya memiliki tanggung jawab pribadi, dinamis dan mampu mengantisipasi resiko, ulet dan gigih, bertekad penuh, enerjik dan cerdas. Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat dilihat dari jaringan, jaringan link itu sangat penting karena semua ketika kita memutuskan menjadi wirausaha kita mau tidak mau berhubungan dengan orang banyak untuk kemajuan usaha. Kerja sama antara dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki usaha dengan tujuan menghasilkan laba. Memiliki jaringan yang sangat luas sangat penting untuk membantu meraih target-target besar yang di tentukan di masa depan dan tanpa jaringan maka sulit untuk maraih suatu keberhasilan usahakarena beberapa orang dalam jaringan suatu usaha akan mendatangkan keuntungan.

Keberhasilan usaha mikrodan usaha kecil dapat juga di lihat dari merek adalah bagian penting dalam kegiatan pemasaran, Peluang usaha pemilik UMKM yang sukses mudah mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen dan menjadikanya sebagai sebuah peluang usaha karena salah satu tujuan pemasaran adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Ide-ide kreatif dan menarik perlu dalam membangun sebuah merek dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen. Keberhasilan usaha mikro dan

usaha kecil dapat juga dilihat dari Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika konsumen memilki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli memngingat produk tersebut.Jurnal Subanar (20011:13)

Salah satu media promosi saat ini adalah perkembangan dunia teknologi dan informasi, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memnfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk memromosikan produknya. Dengan promosidapat mengkomunikasikan dan memberi penjelasan sekaligus meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa mereka. Tujuan utama adalah memperoleh perhatian, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Penggunaan elemen-elemen promosi seperti iklan, promosi penjualan, tenaga penjualan dan hubungan masyarakat diyakini mampu meningkatkan kinerja penjualan sebagai bagian dari program pemasaran terintegrasi. Sosial media pusatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi sehingga persaingan dalam hal usaha sekarang semakin berkembang. Pemerintah memberikan perhatian terhadap setiap usaha rakyat pada usaha mikro kecil dan menengah melaluiprogram bantuan kredit usaha rakyat yang disalurkan melalui lembaga keuangan perbangkan yang ditunjuk oleh pemerintah dibawah pengawasan bank Indonesia.(Rahman and Ibrahim,2011).

Tujuan dari ekonomi kreatif tersebut tidak terlepas dari kreativitas dan inovasi yang muncul dengan memperhatikan unsur-unsur secara fisik, budaya, dan lain sebagainya.Saat ini kita tengah memasuki peradaban perekonomian gelombang empat. Toffler (dalam Istiatin & Marwati, 2021) melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Pertama, gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan ekonomi kreatif yang saat ini telah memasuki perekonomian Indonesia. Ekonomi kreatif yang melibatkan para kreator dan pencetus ide sangatlah dibutuhkan. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang dimilikinya. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Peneliti terdahulu Handayani dan Apriani 2019, dengan judul Faktor-Faktor Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil dari penelitian iniyaitu, jika dilihat secara individual faktor yang mempengaruhi ada dua yaitu, faktor kurangnya permodalan dan faktor lemahnya kualitas sumber daya manusia. Sedangkan dilihat secara menyeluruh tiga faktor yaitu kurangnya permodalan, lemahnya jaringan usaha dan penetrasi pasar berpengaruh pada perkembangan usaha mikro kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

Penelitian terdahulu Winarni,E., dan Mahsun, A. 2021, dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. Mengetahui pengaruh minat berwirausaha yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif . Hasil dari penelitian ini yaitu, sebagai data dasar untuk menentukan keberhasilan usaha mikro kecil berbasis ekonomi kreatif.

Penelitian terdahulu Esti Cemporaningsih 2020, dengan judul Ekonomi Kreatf Sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. Hasil dari penelitian ini yaitu, strategi yang di dapatkan berdasarkan data dan analisis adalah peningkatan kopetensi dan profesionalisme SDM, peningkatan kualitas dan daya saing produk-produk ekonomi kreatif serta seluruh stakeholder terkait secara terpadu dan konsisten.

Penelitian ini akan dilakuakan pada Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis di Kota Kupang khususnya di Kecamatan Kelapa Lima ,mempunyai potensi sebagai sentra UMKM dibidang kerajinan dan makanan yang produknya telah tersebar diwilayah Kota Kupang maupun sekitarnya. Untuk bertahan dalam eratnya persaingan pasar, suatu perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk mengelola keuangan dengan baik yaitu memanfaatkan ekonomi kreatif dalam usahanya. Namun berdasrkan hasil observasi dilapangan sangat sedikit pengusaha mikro kecil dan menengah di Kota Kupang (Kecamatan Kelapa Lima) yang telah memanfaatkan ekonomi kreatif dalam usahanya secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi**

Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Kupang (Kecamatan Kelapa Lima) "

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah"Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Kupang (Kelapa Lima)".

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok persoalan dalam penelitian ini adalah:

1) Apakah minat berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang ?
2) Apakah jaringan bisnis berpengaruh terhadap keberhasilan UKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang?
3) Apakah merek berpengaruh terhadap keberhasilanUKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang ?
4) Apakah promosi berpengaruh terhadap keberhasilan UKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan persoalan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1) Mengetahui pengaruh minat berwirausaha keberhasilan UKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang.
2) Mengetahui pengaruh jaringan bisniskeberhasilanUKM berbasis ekonomi kreatif di KotaKupang.
3) Mengetahui pengaruh merek keberhasilanUKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang.
4) Mengetahui pengaruh promosi keberhasilanUKM berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1) Manfaat Akademis

   Peneliian ini di harapkan dapat menamabah wawasan serta dapat memeperkaya bahan kepustakaan dan dapat memberikan masukan sebagai bahan acauan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang.

2) Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapakan dapat memberikan manfaat yang positif bagi semua pihak khususnya bagi manajer dalam pengambilan keputusan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha kecil berbasis ekonomi kreatif di Kota Kupang.