

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi masyarakat merupakan hal yang mendasar dalam kelangsungan hidup masyarakat itu sendiri. Kelangsungan hidup masyarakat salah satunya ditentukan oleh pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi masyarakat dapat ditunjukkan dari bagaimana perkembangan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) melalui pengembangan potensi yang dimiliki. Pengembangan potensi UKM dapat dilakukan melalui konsep pengembangan ekonomi lokal yang kreatif melalui proses kewirausahaan yang dinamis, serta kesejahteraan komunitas dan usaha dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bagi semua yang berada dalam komunitas UKM (Halim, 2020). Industri kreatif merupakan bagian dari sektor riil yang mendukung pembangunan ekonomi masyarakat. Industri kreatif dapat menjadi solusi atas kejenuhan pertumbuhan ekonomi nasional. Industri kreatif memiliki potensi yang sangat besar jika dapat dikembangkan dengan benar. Potensi tersebut dapat ditelaah dari surplus neraca perdagangan, peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, serta dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru di daerah (Ichsana dan Verenab, 2020).

Perjalanan dan perkembangan usaha dalam usaha menumbuhkan perekonomian tergantung dari bagaimana semangat, sikap, perilaku dan kemampuan pelaku usaha (Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil, 1995) dan faktor-faktor tersebut diwujudkan melalui bagaimana motivasi dan komitmen pelaku usaha dalam keberlanjutan UKM dan menghadapi persaingan. Faktor lain yang dianggap dapat mempengaruhi perkembangan UKM yaitu jaringan usaha (Lestari, 2015). Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Memperluas jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dan semakin baik jaringan usaha

yang dibangun maka semakin baik perkembangan usahanya (Herman dan Nohong, 2022).

Beberapa tinjauan penelitian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu pada topik penelitian tentang peran penting motivasi berwirausaha, komitmen untuk berwirausaha, jaringan usaha terhadap keberlanjutan usaha. Motivasi berwirausaha juga menjadi suatu pendorong meningkatnya minat seseorang dalam berwirausaha. Tingkat keberhasilan berwirausaha tergantung seberapa besar motivasi yang ada di dalam diri orang tersebut. Jadi, semakin besar motivasi yang dimiliki seseorang, maka akan semakin besar pula usaha untuk mewujudkan tujuannya (Qustolani dan Hernita, 2023). Motivasi untuk memulai usaha dan siap menghadapi risiko adalah gambaran awal menuju wirausahawan (Rubiyatno dkk, 2020). Motivasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya jika motivasi kewirausahaan diberikan secara intensif atau terus menerus maka akan meningkatkan minat berwirausaha masyarakat (Raflah dan Pratama, 2020).

Motivasi perempuan berwirausaha antara lain karena keinginan mandiri secara ekonomi, pemenuhan kebutuhan sehari-hari keluarga, mengisi waktu luang, memanfaatkan tempat yang ada untuk usaha, hobby, termotivasi oleh orang lain yang sukses dalam berwirausaha, mempunyai keahlian tertentu yang dapat dikembangkan menjadi usaha (Setyoningrum dan Herdawan, 2022). Peran motivasi berwirausaha juga dianggap berpengaruh terhadap gairah berwirausaha, sehingga di situasi kemudian akan mampu menjelaskan kesuksesan terhadap bisnis (Vembri dan Roziana, 2019). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha, diantaranya adalah motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan. Tingkat keberhasilan berwirausaha tergantung seberapa besar motivasi yang ada dalam diri seseorang tersebut (Sari dan Sumarno, 2022).

Minat berwirausaha dan motivasi berwirausaha sangat dibutuhkan agar mampu mengidentifikasi peluang usaha, kemudian mendayagunakan peluang usaha untuk menciptakan peluang kerja baru (Fahrurrozi dkk, 2020). Pengusaha dengan intrinsik motivasi imbalan bisa mendapatkan kepuasan dan kenikmatan

dari proses kerja dan mencurahkan lebih banyak upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja (Zhao et al, 2018). Pembentukan motivasi berwirausaha sangat tergantung pada keinginan wirausahawan meningkatkan kekayaan (Su et al, 2020). faktor utama yang mempengaruhi pembentukan motivasi kewirausahaan pada individu (Mahto dan McDowell, 2018). Pertimbangan motivasi kewirausahaan menambah pemahaman tentang kinerja tenaga penjualan dari orientasi tujuan perspektif teori, motivasi kewirausahaan sebagai bentuk orientasi tujuan untuk tenaga penjual (Rajabi et al, 2018).

Selain motivasi, komitmen berwirausaha merupakan salah satu komponen penting pada nilai-nilai kewirausahaan. Komitmen adalah perjanjian atau keterikatan untuk melakukan sesuatu. Komitmen berwirausaha merupakan konsistensi tujuan yang akan dicapai oleh seorang wirausahawan dengan memegang prinsip-prinsip entrepreneurship (Rauf, 2020). Komitmen berwirausaha memiliki peranan penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Adanya komitmen yang dijalankan dalam menekuni berwirausaha didasarkan adanya keinginan untuk berhasil pada usaha. Komitmen dalam berwirausaha adalah suatu keterikatan diri dan keinginan yang kuat untuk membangun, memajukan, dan mempertahankan keberadaan usahanya dalam situasi apapun. Dalam membangun komitmen berwirausaha, diperlukan adanya kesabaran dan ketabahan; keinginan keras untuk maju; keuletan dan keyakinan yang kuat untuk maju (Ambarwati dan Fitriyani, 2021). Komitmen merupakan bagian yang sangat penting dan merupakan kunci kesuksesan dalam menjalankan wirausaha. Komitmen harus dimiliki setiap wirausaha. Dengan adanya komitmen dimulai dari dalam diri sendiri segala tujuan individu maupun organisasi akan bisa tercapai sesuai dengan target yang sudah ditetapkan, dengan adanya komitmen tersebut akan mendorong seorang wirausaha dalam melakukan kewajiban dan tanggungjawabnya sehingga usahanya bisa terus maju dan berkembang (Purwaningsih dan Burhanudin, 2021). Individu dengan komitmen kewirausahaan yang lebih tinggi memilih kewirausahaan sebagai karir jangka panjang, dan mereka akan secara sukarela membayar waktu mereka dan energi untuk memperoleh informasi dan sumber daya untuk mempertahankan perkembangan

bisnis (Wang dan Zhang, 2020). Profil komitmen seorang wirausahawan dapat digambarkan dalam hal komitmen afektif, normatif dan berkelanjutan, dan komitmen itu adalah gaya magnet yang mengikat dan mendorong wirausahawan untuk melakukan (Tasnim et al, 2018). Hubungan langsung antara kewirausahaan komitmen dan kepuasan kerja adalah positif dan signifikan (Mc Dowell et al, 2019).

Faktor lain yang perlu diperhatikan kaitannya dengan kendala UKM adalah jaringan usaha. Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha, dapat juga berupa non unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. (Herman dan Nohong, 2022). Jaringan sosial usaha memberikan peran penting terhadap hasil dan kinerja organisasi (Anwar & Shah, 2018). Membangun dan menggunakan jaringan usaha, meningkatkan ukuran perusahaan dan keragaman, dan pemahaman dan memaksimalkan manfaat jaringan akan bermanfaat bagi pengusaha. Lebih jauh, pusat bisnis dan pendukung lainnya kewirausahaan harus dipertimbangkan penciptaan dan pengembangan usaha (Doyle & Young, 2012). Jaringan kewirausahaan yang efektif dapat dicapai, khususnya di kalangan UKM dimana pemilik/pengelola memfasilitasi pembentukan ekologi inovasi untuk eksis (Mayanja et al, 2020).

Keberlanjutan usaha didefinisikan sebagai konsep penting dalam penentuan keputusan dalam melakukan pelaporan tahunan mengenai keberlanjutan operasi perusahaan akuntansi konvensional (Sari, 2018). Tanti dan Dewi (2020) menemukan hasil dari penelitiannya secara positif dan signifikan, keberlanjutan bisnis UKM Milenial dipengaruhi dengan signifikan oleh pemanfaatan media sosial, kreativitas serta modal usaha. Keberlanjutan pengusaha muncul dari kepedulian konsumen untuk memperkenalkan produk, proses, dan jasa untuk keuntungan, di mana keuntungan mencakup keuntungan ekonomi dan non-ekonomi bagi individu, ekonomi, dan masyarakat (Jayaratne et all, 2019). Keberlanjutan usaha dipengaruhi langsung secara nyata peran persepsi pelaku

usaha UMKM dan pemanfaatan sarana TIK (Yanti dkk, 2018).

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi berwirausaha, komitmen berwirausaha, jaringan usaha terhadap keberlangsungan usaha.

1.3 Manfaat dan Penerapan Hasil Penelitian

Penelitian ini hasilnya akan bermanfaat bagi:

1. Pemerintah

Sebagai bahan untuk mendorong industri kreatif sambal pecel untuk senantiasa mengembangkan usahanya dengan penuh semangat dan berkomitmen untuk bersama-sama mewujudkan sambal pecel yang berorientasi sampai dunia internasional.

2. Pelaku usaha sambal pecel

Menumbuh kembangkan dan menjaga eksistensi usaha sambal pecel melalui komitmen bersama para pelaku usaha sambal pecel se-wilayah Kota Madiun dan dapat mendukung penuh komitmen pemerintah dalam mempertahankan, melestarikan dan mempublikasikan sambal pecel sebagai ikon Kota Madiun pada masyarakat seluruh Indonesia dan dunia internasional.

3. Peneliti

Mendapatkan informasi dan hasil mengenai pengaruh motivasi berwirausaha, komitmen berwirausaha, jaringan usaha terhadap keberlangsungan usaha sambal pecel di Kota Madiun. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini sebagai tindak lanjutnya akan diterapkan pada kegiatan perkuliahan sebagai bahan materi pada mata kuliah Psikologi Industri dan Manajemen Pemasaran. Hasil penelitian ini akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah dan/atau dalam oral seminar nasional berprosiding dan juga diterapkan kepada pelaku usaha sambal pecel di Kota Madiun melalui kegiatan pengabdian pada masyarakat.