

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berwirausaha telah menjadi salah satu pilihan dalam memilih sumber mata pencaharian bagi banyak orang di hampir seluruh negara di dunia. Di Amerika, jutaan wirausahawan muncul tiap tahunnya untuk mengatur, mengelola dan memikul risiko dari mendirikan usaha baru (Rye, 1996: xiii).

Hal ini juga terjadi di Indonesia, dimana meningkatnya gelombang kewirausahaan yang tajam dimulai dari krisis ekonomi yang melanda pasca robohnya orde baru dan menimbulkan dampak negatif yang dahsyat dalam perekonomian rakyat. Kelompok masyarakat yang paling terkena dampak tersebut dapat dibagi dalam empat kelompok besar, yaitu korban PHK, karyawan non-aktif karena dirumahkan, pegawai negeri dan sebagian pengusaha kecil (Hakim, 1998:15).

Beban psikologis dari kelompok ini dapat dikatakan cukup berat, terutama bagi individu yang menjadi tulang punggung keluarga. Pendapatan baru harus mereka usahakan agar kelangsungan hidup keluarga dapat terus berjalan. Maslow dalam teorinya mengungkapkan bahwa kebutuhan manusia yang paling mendasar dan harus dipenuhi adalah kebutuhan fisik, agar hirarki kebutuhan selanjutnya dapat terpenuhi.

Selain itu beban psikologis juga muncul dari faktor sosial, dimana status pengangguran mendapatkan tempat yang rendah dalam masyarakat. Ada beban psikologis lain saat individu yang termasuk dalam keempat kelompok tersebut mempertimbangkan untuk membuka suatu usaha baru, yaitu berupa persaingan yang cukup berat dari wirausahawan lain, mengingat peningkatan jumlah wirausahawan yang cukup tinggi setiap tahunnya.

Setiap individu berusaha mengurangi beban psikologisnya. Bagi keempat kelompok masyarakat ini, mereka harus mulai berusaha sendiri dengan modal pribadi ataupun dengan modal pesangon untuk mengurangi beban psikologisnya. Hal ini merupakan salah satu motivasi individu berusaha menciptakan lapangan usaha baru. Hal lain yang memotivasi individu untuk menciptakan lapangan kerja baru adalah meningkatnya jumlah penduduk produktif tidak disertai dengan tersedianya lapangan kerja yang cukup, justru sebaliknya semakin berkurang. Kedua hal di atas menjadi contoh penyebab terjadi peningkatan jumlah wirausahawan di Indonesia.

Rata-rata laju pertumbuhan penduduk Indonesia per tahun selama periode 1990-2000 adalah sebesar 1,49 persen per tahun. Sensus penduduk pada tahun 2000 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia adalah sebesar 206,3 juta orang, sekitar 68,4 persennya (141.170.805 orang) adalah usia produktif (di atas usia 15 tahun) dan dari jumlah itu sebanyak 5,8 juta orang adalah pengangguran. Peningkatan itu semakin nyata pada tahun 2001 dimana jumlah pengangguran

meningkat menjadi sekitar delapan juta orang

(www.bps.go.id/sector/population/Pop_indo.htm).

Jumlah individu yang mencoba menciptakan lapangan kerja baru ini terus bertambah. Peningkatan jumlah wirausahawan dapat secara jelas diamati melalui hasil survey yang dilaksanakan oleh Biro Pusat Statistik bersama dengan Kementerian Koperasi dan UKM

Jumlah unit usaha UKM pada tahun 2003 adalah 42,4 juta naik 9,5 persen dibanding dengan tahun 2000, sedangkan jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor UKM pada tahun 2003 tercatat 79,0 juta pekerja yaitu lebih tinggi 8,6 juta pekerja dibanding tahun 2000 dengan 70,4 juta pekerja, atau selama periode 2000-2003 meningkat sebesar 12,2 persen atau rata-rata 4,1 persen per tahun. (<http://www.depkop.go.id/>)

Setiap individu mempertimbangkan banyak hal dalam memutuskan suatu persoalan. Begitu pula bagi calon wirausahawan saat membuka usaha baru. Salah satu hal utama yang dipertimbangkan adalah jenis usaha dimana hal ini berhubungan dengan beberapa hal yang kompleks seperti permodalan, keterampilan, latar belakang pendidikan, pengalaman atau pengamatan dan target pasar.

Secara psikologis ada beberapa teori yang membahas langkah-langkah dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam bukunya *The Psychology of Decision Making: People in Organizations*, secara khusus Lee Roy Beach mengemukakan tentang enam langkah dasar pengambilan keputusan yang dilakukan oleh orang-orang dalam organisasi. Yang pertama *framing and reframing the problem*, yaitu pembedahan masalah. Diperlukan batasan dan pemfokusan masalah yang jelas

untuk dapat mengambil keputusan yang tepat. Proses pembingkaiian masalah dipengaruhi oleh faktor keahlian (*expertise*), informasi dan pengalaman pengambil keputusan. Kondisi organisasi yang dinamis dapat menyebabkan pembingkaiian masalah kurang tepat sehingga perlu dilakukan pembingkaiian ulang (*reframing*). Kesalahan dalam pembingkaiian masalah juga dapat menyebabkan fokus masalah tidak tepat bahkan salah sama sekali sehingga dapat dilakukan pembingkaiian ulang atau *reframing the problem* sesuai kondisi saat ini atau sesuai informasi yang benar (Beach, 1997: 17).

Langkah yang kedua yaitu memperhatikan *policies* atau peraturan-peraturan yang berlaku. Peraturan-peraturan tersebut berhubungan dengan pemerintah dan kebijakan-kebijakannya, regulasi perusahaan serta etika bisnis atau etika organisasi yang berlaku dalam masyarakat (Beach, 1997: 31).

.Langkah yang ketiga yaitu identifikasi pilihan (*choices*). Pada umumnya organisasi yang telah terbentuk telah memiliki analisa sumber daya yang dimiliki, oleh karena itu langkah yang ketiga langsung diarahkan pada identifikasi pilihan-pilihan dalam mengambil keputusan (Beach, 1997: 64).

Langkah yang keempat adalah penghitungan kemungkinan secara subyektif (*subjective probabilities*). Dari pilihan-pilihan yang telah terbentuk sebelumnya, dibuat perhitungan kemungkinan-kemungkinan keberhasilan secara subyektif, karena kemungkinan yang dibutuhkan disini tidak perlu mendalam tetapi cukup yang sederhana (Beach, 1997: 83).

Langkah selanjutnya adalah menganalisa kegunaan keputusan (*utility*). Analisa kegunaan keputusan yang dimaksudkan di sini adalah analisa tentang seberapa jauh pilihan dengan kemungkinan keberhasilan tertinggi akan menghasilkan apa yang diharapkan dari pengambilan keputusan tersebut (Beach, 1997: 89).

Langkah terakhir yaitu pengambilan keputusan (*decision making*) itu sendiri. Di dalam organisasi berskala besar, hal-hal yang mempengaruhi pengambilan keputusan sangat bervariasi dan kompleks, namun dalam wirausaha sebagai bentuk sel industri, tidak terlalu banyak dipengaruhi faktor-faktor lain dalam perusahaan besar seperti regulasi perusahaan, dan lain-lain (Beach, 1997: 111).

Dalam penelitian ini secara khusus akan dibahas mengenai usaha yang homogen di satu wilayah. Usaha yang homogen semakin bertambah secara kuantitas di berbagai daerah di Indonesia. Menurut pengamatan, contoh usaha homogen di beberapa daerah di Indonesia adalah :

1. pembuat dan penjual bakpia di sepanjang Jalan Pathok di Jogjakarta
2. pusat jeans di Cibaduyut Bandung
3. pusat sepatu di Wedoro Sidoarjo
4. pusat tas dan koper di Tanggulangin Sidoarjo
5. pusat keripik tempe di Sanan Malang.
6. “Kampung Roti Goreng” di daerah Tanggulangin, Sidoarjo (Kompas edisi Selasa 21/10/2003)

Salah satu kelebihan dari sistem perdagangan yang homogen yaitu selain seperti yang sudah disebutkan di atas yaitu memberikan pilihan dan harga yang menguntungkan bagi konsumen, sistem ini memiliki pasar yang tetap oleh karena wilayah sentra yang sudah dikenal luas oleh konsumen. Selain itu pengeluaran untuk promosi dapat ditekan melalui promosi bersama.

Namun ada beberapa kerugian perdagangan homogen yaitu sistem ini kurang memacu kreativitas wirausahawan maupun pelaku usaha itu sendiri, padahal salah satu sifat penting seorang wirausahawan adalah kreativitas. Holt (1992) dalam penelitiannya menggarisbawahi bahwa agar dapat menjadi wirausahawan yang berhasil dua syarat harus dipenuhi, yaitu individu tersebut harus kreatif dan inovatif (Riyanti, 2003: 9). Selain itu ada kerugian dari sisi penjual yang menjadi keuntungan konsumen yaitu rendahnya laba yang diperoleh, sesuai dengan hukum ekonomi semakin banyak barang di pasar maka harga akan semakin rendah.

Laba adalah salah satu hal yang penting dan seringkali menjadi ukuran dalam bisnis. Budihardjo dalam penelitiannya mengenai efektivitas perencanaan dalam sebuah usaha atau perusahaan mengungkapkan bahwa *profitability* adalah salah satu parameter yang paling sering digunakan untuk mengukur performa sebuah usaha atau perusahaan (Budihardjo, 2004: 114).

Cukup banyak perdagangan sistem homogen yang gagal dikarenakan rendahnya laba yang diperoleh, selain oleh karena penyebab-penyebab lain. Namun banyak pula perdagangan sistem homogen yang berhasil. Tolak ukur keberhasilan sangat relatif namun secara umum usaha homogen di satu wilayah

yang berhasil adalah usaha yang mampu bertahan dan tidak merugi dalam kurun waktu sekitar lebih dari dua tahun.

Faktor-faktor penentu keberhasilan sebuah usaha yang homogen ditentukan dari dalam dan dari luar diri wirausahawan (eksternal dan internal). Kebanyakan teori psikologi mengenai kewirausahaan yang telah ada, berhubungan dengan struktur organisasi, manajemen individu dan kepemimpinan (Kao, 1991: 1). Timmons dalam tulisannya menyatakan bahwa “*the eventual success of a new venture will depend a great deal upon the psychological make-up and determination of the lead entrepreneur*” (Kao, 1991: 13) yang dapat diartikan bahwa kesuksesan sebuah usaha baru, pada akhirnya tergantung pada bagaimana peningkatan faktor psikologis dan kebulatan tekad seorang wirausahawan pemimpin usaha.

Peningkatan faktor psikologis yang dimaksudkan di sini adalah bagaimana individu tersebut berusaha menyeimbangkan sisi psikisnya dengan cara mereduksi atau mengurangi tekanan-tekanan psikologis dalam dirinya, seperti misalnya mengurangi rasa malu sebagai pengangguran dan mengembalikan rasa percaya dirinya sebagai individu yang memiliki pekerjaan. Atau juga misalnya mengurangi rasa bersalah (*guilty feeling*) dengan kembali menjalankan tugas untuk menghidupi keluarga. Selain mereduksi beban-beban psikologi, peningkatan faktor psikologis yang dimaksud juga termasuk pencapaian harapan juga *need of achievement* individu yang bersangkutan.

Faktor internal wirausahawan perdagangan sistem homogen yang sangat kompleks ini, berpengaruh pada keberhasilan usahanya. Dalam menentukan faktor internal wirausahawan yang seperti apa yang berpengaruh dalam keberhasilan sebuah perdagangan sistem homogen, perlu diingat konfigurasi kepribadian individu yang khas satu sama lain. Dalam penelitian ini akan diteliti faktor internal dominan dari wirausahawan, yang berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan suatu usaha perdagangan homogen di satu wilayah.

1.2 Batasan Masalah

Pokok permasalahan dalam penelitian ini difokuskan pada faktor internal yang dominan dari wirausahawan, yang berpengaruh secara signifikan terhadap *profitability* suatu usaha perdagangan homogen di satu wilayah.

1.3 Rumusan Masalah

Masalah pada penelitian tentang Analisa Faktor Internal Wirausahawan dalam *Profitability* Usaha (Perdagangan) yang Homogen dalam Satu Wilayah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor internal wirausahawan mempengaruhi *profitability* usaha yang homogen dalam satu wilayah?
2. Faktor mana yang berpengaruh secara signifikan dari wirausahawan, yang mempengaruhi *profitability* suatu usaha homogen di satu wilayah?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor internal dari wirausahawan terhadap *profitability* suatu usaha homogen di satu wilayah serta mengidentifikasi faktor yang berpengaruh secara signifikan

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah menghasilkan kontribusi bagi ilmu psikologi khususnya psikologi industri, yaitu sebagai teori baru tentang kewirausahaan yang homogen, terutama mengenai faktor internal dari wirausahawan dalam berwirausaha di iklim yang homogen.

Sedangkan manfaat praktis dapat dibagi sebagai berikut:

1. Bagi calon wirausahawan khususnya wirausahawan perdagangan yang homogen di satu wilayah, dapat mengukur potensi keberhasilan usaha sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mendirikan suatu usaha yang jenisnya homogen di satu wilayah, agar dapat mencapai kehidupan yang layak dan persaingan yang lebih sehat.
2. Bagi wirausahawan perdagangan yang homogen di satu wilayah yang telah eksis dalam mengembangkan usaha yang homogen dalam satu wilayah, dapat menjadi alat mengevaluasi diri dalam usaha untuk mengembangkan usahanya.
3. Bagi peneliti sendiri, menjadi bahan dalam melanjutkan studi tentang industri kecil dan menengah di Indonesia dalam konteks psikologi lintas budaya dan psikologi sosial.

4. Bagi institusi pendidikan :

- a. Fakultas Psikologi, pembahasan tentang kewirausahaan dapat menjadi bidang pembelajaran baru bagi psikologi industri, terutama analisis industri kecil dan menengah yang ternyata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia.
- b. Fakultas Ekonomi, memberikan sudut pandang yang berbeda dalam analisa keberhasilan usaha kecil dan menengah, khususnya yang bersifat homogen di satu wilayah.