BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Profil umum UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM), pengertian UMKM:

a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Profil Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Bandung

UMKM di kota Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan setiap tahunnya, sehingga, menjadi sebuah sektor industri yang meningkatkan perekonomian.

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM Kota Bandung Tahun 2010-2017

NO	URAIAN	TAHUN							
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	MIKRO	3,649	3,827	3,921	4,115	4,301	4,578	4689	5099
2	KECIL	301	325	337	357	372	392	395	411
3	MENENGAH	271	273	273	274	276	281	281	282
	JUMLAH	**4,221**	**4,425**	**4,531**	**4,746**	**4,948**	**5,251**	**5365**	**5792**

Sumber: Dinas KUMKM dan Perindag Kota Bandung Tahun 2017

c. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), untuk membedakan sebuah usaha apakah itu termasuk usaha mikro, usaha kecil, atau usaha menengah, oleh pemerintah diberikan batasan berdasarkan undang undang sesuai dengan kriteria jenis usaha masing masing yang didasarkan atas peredaran usaha dan atau jumlah aktiva yang dimiliki sebagai berikut :

a. Kriteria Usaha Mikro adalah : Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 - lima puluh juta rupiah, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.

b. Kriteria Usaha Kecil adalah : Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 - lima puluh juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 - lima ratus juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 - tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.

c. Kriteria Usaha Menengah adalah : Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; ataumemiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

d. Jumlah UMKM berdasarkan Jenis Bisnis

Adapun jumlah UMKM binaan Dinas UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung tahun 2015 sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Jumlah UMKM Berdasarkan Tipe Bisnis Tahun 2015

No	Tipe Bisnis	Jumlah Mikro	Jumlah Kecil	Jumlah Menengah	Jumlah
1.	Fashion	53	6	1	60
2.	Makanan dan Minuman	117	5	-	122
3.	Kerajinan Tangan	18	1	-	20
4.	Jasa	22	9	4	35
5.	Perdagangan	15	4	-	19
	JUMLAH UMKM	**225**	**25**	**5**	**255**

Sumber: Dinas KUMKM dan Perindag Kota Bandung Tahun 2015

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat di pengaruhi oleh peran kewirausahaan dan pengusaha. Aghion dan Howitt (1997) menjelaskan bahwa dinamika kewirausahaan adalah kunci untuk inovasi dan pertumbuhan perekonomian (Djankov et al, 2009). Bagi negara-negara industri maju maupun negara sedang berkembang, seperti halnya Indonesia, tumbuh kesadaran betapa pentingnya peranan kewirausahaan dalam pembangunan nasional. Hal ini bisa terlihat dari besarnya peranan UMKM terutama kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja serta sifatnya yang fleksibel terhadap gejolak ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan

penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Presiden RI, Joko Widodo menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global (Sunnylands, 2016). Menurut Kementerian Koperasi dan KUKM (2017) mengungkapkan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia sangat berkembang pesat dan terus mengalami kemajuan. Hal ini terbukti bahwa semakin banyak orang Indonesia yang tertarik untuk menjadi seorang pengusaha. Jumlah pelaku usaha industri UMKM Indonesia termasuk paling banyak di antara negara lainnya, terutama sejak tahun 2014. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik wirausaha Indonesia mengalami peningkatan, dimana pada Tahun 2013-2014 lalu masih dalam angka 1,67 persen , Sedangkan pada tahun 2017 mengalami kenaikan yaitu menjadi 3,1 persen.

Pada perkembangan jaman seperti saat ini *entrepreneur* tidak hanya di dominasi oleh pria namun perempuan juga telah mengambil bagian ini untuk dijadikan tumpuan hidupnya kelak, atau sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu membiayai kehidupan keluarganya. Wanita pengusaha bertumbuh sangat pesat di Amerika, terutama disegmen bisnis kecil. Wanita membuka bisnis dua kali lipat banyaknya dari pria. Pada saat ini wanita memiliki sepertiga dari semua bentuk bisnis, dan diharapkan akan bertumbuh menjadi 50% wanita pengusaha pada tahun 2000. Kebanyakan sekarang ini 80% wanita menggeluti bidang retailing dan jasa pelayanan. Sedangkan pria menjalankan banyak usaha pabrik, konstruksi, transportasi, dan pertambangan. (Zimmerer & Scarborough, 2009). Wirausaha wanita mempunyai peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Di era globalisasi ini, wanita Indonesia mempunyai peluang dan kesempatan yang sangat besar untuk berkembang. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2017), Syarief Hasan, menegaskan peran penting perempuan dalam mendorong kewirausahaan. Kaum wanita merupakan kelompok yang proaktif dan dalam situasi tertentu serta berani mengambil inisiatif terutama menghadapi situasi sosial ekonomi yang berkaitan langsung dengan peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup keluarganya. Selain itu, dengan membuka akses keuangan dan pemasaran bagi wirausaha perempuan dapat

menciptakan karakter wirausaha perempuan yang tangguh, handal, memiliki daya kreativitas dan inovasi yang tinggi. Sehingga wirausahawan perempuan mampu bersaing di tengah globalisasi.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan Global Entrepreneurship Monitor (2017), wirausaha wanita mencapai 14 persen dari total populasi. Dengan nilai 14 persen, artinya ada 14 dari 100 orang yang membuka wirausaha baru hingga usahanya berumur 3,5 tahun pada 2016, perempuan dinilai lebih berani membuka usaha baru dibanding lelaki. Ketua GEM Indonesia periode 2013-2016 Catharina B. Nawangpalupi mengatakan survei kewirausahaan baru tersebut sudah berjalan empat tahun di Indonesia dengan hasil yang menunjukkan bahwa perumpuan di Indonesia lebih berani mengambil risiko untuk memulai usaha baru. Dalam penelitian GEM, terdapat indikator TEA (Total Early-stage Entrepreneurial Activity) yang bersifat stabil dari tahun ke tahun. Indikator itu mengukur persentase penduduk berusia 18-64 tahun yang merintis usaha baru dalam kurun waktu 3,5 tahun. Nilai 14 persen yang diraih membuat Indonesia berada di peringkat 20 dari 65 negara. Jumlah perempuan juga diketahui lebih banyak dibanding lelaki untuk membuka usaha baru. Angka rasionya 1,24 atau lima orang perempuan berbanding empat orang lelaki (Anwar, 2017).

Pertumbuhan pengusaha wanita di Indonesia pun mengalami peningkatan. Potensi wanita Indonesia untuk berkiprah di sektor usaha atau sebagai pembisnis cukup besar, hal tersebut didukung berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Asia Foundation*, menunjukan bahwa sekitar 23% adalah pengusaha wanita. Jumlahnya tumbuh 8% setiap tahunnya. Data dari Kementrian Koperasi dan UKM pada 2015 tercatat, dari sekitar 52 juta pelaku UKM yang ada di seluruh Indonesia, sebanyak 60% usaha dijalankan oleh perempuan (Arie, 2017). Berdasarkan data survey Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, wirausaha wanita di Bandung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2007 jumlah perempuan yang terjun ke dunia wirausaha 58.576, pada 2010 menjadi 60.170, maka pada 2013 jumlahnya menjadi 78.152 dan terjadi kenaikan tajam antara 2010 ke 2013 sebanyak 18 ribu pengusaha baru perempuan (Irva, 2017).

Ketua Umum DPP Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Nita Yudi mengatakan ada empat penghambat perkembangan pertumbuhan jumlah perempuan pengusaha di Indonesia yaitu (1) keraguan perempuan pada potensi mereka sebagai pebisnis, padahal berbagai keahlian yang dikuasai mayoritas ibu rumah tangga seperti masak bisa dijadikan bisnis; (2) perempuan di Indonesia cenderung kurang lihai atau merasa terbatas oleh hambatan budaya dalam mengembangkan jaringan dibandingkan pria; (3) budaya di Indonesia juga membuat perempuan kurang jeli dalam melihat peluang dan cenderung ragu-ragu dalam memanfaatkannya menjadi bisnis baru; (4) modal dari perbankan masih mengharuskan nasabah perempuan menyertakan jaminan dari orang tua, anak, atau suami jika mengajukan kredit (Demis, 2017).

Pengusaha wanita juga dihadapkan dengan hambatan yang sifatnya internal seperti dilema peran ganda, di mana mereka dihadapkan dengan aktivitas sebagai seorang istri, ibu, dan menjalankan bisnis / usaha yang dirintisnya. Sebagaimana yang ditemukan oleh (Setiawati, 2011:15) bahwa kesemua sampel penelitiannya mengalami kesulitan dalam menyeimbangkan antara kegiatan berwirausaha dan menjadi seorang ibu rumah tangga dan mendapatkan suatu protes dari anaknya terkait masalah perhatian. Hal ini didukung oleh McKay (2001:161) yang menemukan bahwa wanita yang berusia diatas 50 tahun memiliki keinginan berwirausaha lebih tinggi dibandingkan wanita yang masih muda karena jauh lebih fleksibel dalam merencanakan bisnis. Berdasarkan hasil penelitian Bastaman, A. dan Juffiasari, R. (2015) bahwa adanya faktor-faktor yang bersifat eksternal seperti (peran suami/keluarga, lingkungan sosial, lingkungan keluarga/ keturunan, kesempatan dan sumber modal) berpengaruh dalam pengambilan keputusan wanita untuk berwirausaha**.**Hanya saja faktor yang paling menentukan dalam pengambilan keputusan berwirausaha adalah dukungan dan peran suami.

Laju pertumbuhan perekonomian Kota Bandung berkembang pesat mencapai 6,8 persen, lebih besar dari laju pertumbuhan perekonomian di Jawa Barat yang mencapai 5,3 persen dan nasional mencapai 5,0 persen. Namun laju pertumbuhan perekonomian tersebut belum mampu menurunkan kurva kemiskinan di Kota Bandung. Untuk menangani permasalahan tersebut, pemerintah kota

Bandung berkomitmen untuk terus memberdayakan potensi-potensi wanita di kota Bandung untuk menyebarkan usahanya. (Jamil, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian Handani dan Harianti (2017) menjelaskan bahwa untuk meningkatkan pertumbuhan wirausaha wanita UMKM di kota Bandung perlu dilakukan aktivitas-aktivitas atau program seperti pembekalan berupa menanamkan semangat atau jiwa kewirausahaan dengan menghadirkan pengusaha sukses untuk membagikan pengalamannya dan membangun karakter wirausaha wanita, perencanaan berwirausaha atau mengembangkan bisnisnya dengan memberikan ide dan memilih jenis usaha yang relevan, mengelola keuangan, dan membuat perencanaan atau pengembangan usaha.

Anggadwita dan Dhewanto (2017*)* mengemukakan bahwa niat merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi motivasi dan karakteristik seseorang dalam membangun kegiatan kewirausahaan. Hal tersebut didukung oleh teori perilaku yang direncanakan (TPB) yang telah menyoroti bahwa niat sebagai faktor utama yang memotivasi perilaku manusia, yang ditentukan oleh tiga unsur kunci: sikap terhadap perilaku; norma subjektif; dan dirasakan kontrol perilaku (Ajzen,1991). Oleh karena itu, pemahaman tentang niat seseorang untuk berwirausaha dapat mencerminkan kecenderungan orang untuk mendirikan usaha secara riil (Jenkins dan Johnson, 1997). Berdasarkan fenomena yang terjadi maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Berwirausaha Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behavior* (Studi Kasus Pada Wirausaha Muda Wanita Umkm Kelompok Usia 17 -25 Tahun Di Kota Bandung)"**

1.3 Perumusan Masalah

Pada perkembangan jaman seperti saat ini *entrepreneur* tidak hanya di dominasi oleh pria namun wanita juga telah mengambil bagian ini. Pertumbuhan wirausaha wanita di kota Bandung mengalami peningkatan tiap tahunnya. Permerintah kota Bandung pun terus memberdayakan potensi – potensi wanita di kota Bandung untuk menurunkan kemiskinan di kota Bandung. Selanjutnya, untuk

meningkatkan pertumbuhan wirausaha wanita UMKM di kota Bandung perlu dilakukan aktivitas-aktivitas atau program seperti pembekalan berupa menanamkan semangat atau jiwa kewirausahaan dengan menghadirkan pengusaha sukses untuk membagikan pengalamannya dan membangun karakter wirausaha wanita, perencanaan berwirausaha atau mengembangkapun bisnisnya dengan memberikan ide dan memilih jenis usaha yang relevan, mengelola keuangan, dan membuat perencanaan atau pengembangan usaha.

Niat merupakan faktor penting dalam mengidentifikasi motivasi dan karakteristik seseorang dalam membangun kegiatan kewirausahaan. Hal tersebut didukung oleh teori perilaku yang direncanakan (TPB) yang telah menyoroti bahwa niat sebagai faktor utama yang memotivasi perilaku manusia, yang ditentukan oleh tiga unsur kunci: sikap terhadap perilaku; norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut. Pertanyaan penelitian mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Sikap Terhadap Perilaku terhadap niat berwirausaha?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Norma Subjektif terhadap niat berwirausaha?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap niat berwirausaha?
4. Bagaimana tanggapan responden mengenai Niat Berwirausaha?
5. Bagaimana pengaruh *theory of planned behavior* terhadap niat berwirausaha?
6. Seberapa besar pengaruh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior)*terhadap niat wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya?

7. Seberapa besar pengaruh norma subjektif (*subjective norms)* terhadap niat wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya?
8. Sebarapa besar pengaruh kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control)* terhadap niat wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tanggapan responden mengenai Sikap Terhadap Perilaku terhadap niat berwirausaha.
2. Mengetahui tanggapan responden mengenai Norma Subjektif terhadap niat berwirausaha.
3. Mengetahui tanggapan responden mengenai Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap niat berwirausaha.
4. Mengetahui tanggapan responden mengenai Niat Berwirausaha.
5. Bagaimana pengaruh *theory of planned behavior* terhadap niat berwirausaha?
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior)*terhadap niat berwirausaha pada wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya.
7. Mengetahui seberapa besar pengaruh norma subjektif(*subjective norms)* terhadap niat berwirausaha pada wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya.
8. Mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control)* terhadap niat berwirausaha pada wirausaha wanita di kota Bandung dalam menjalankan bisnisnya.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti yang meneliti dengan topik yang serupa. Kemudian dapat menambah pengetahuan mengenai niat wirausaha wanita.

1.6.2 Aspek Praktis

Hasil yang didapat dari penelitian ini mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi niat wirausaha wanita dalam menjalankan bisnisnyabisnisnya, serta mengetahuihambatan – hambatan yang terjadi pada wirausaha wanita. Dan sebagai acuan para wirausaha wanita yang menjalankan UMKM.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini adalah tentang identifikasi seberapa besar pengaruh atau faktor yang mendasari niat wirausaha wanita dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini hanya fokus dan dikhususkan untuk meneliti wanita pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di kota Bandung.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini akan dilaksanakan selama 6 bulan terhitung sejak bulan September tahun 2017 – Maret tahun 2018

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisian penelitian ini secara garis besar adalah sebagi berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan teori-teori yang dapat mendukung analisis penelitian, diuraikan juga megenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, dijelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, jenis data, teknik analisi data dan hipotesis

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam kesimpulan penelitian, dan saran yang diberikan kepada objek penelitian.