

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-undang nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM dapat diartikan sebagai :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usah yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki secara langsung atau tidak langsung oleh perusahaan Usaha Menengah dan Usaha Besar, sebagaimana yang diatur dalm undang-undang ini.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

1.1.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-undang nomo 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM dibagi dan diklasifikasikan berdasarkan aset dan omset pada tiap skala usaha sebagai berikut :

- a. Kriteria Usaha Mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

- b. Kriteria Usaha Kecil, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah, memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

1.1.3 Profil Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Bandung

UMKM memiliki pengaruh yang cukup tinggi bagi perekonomian kota Bandung, tercatat UMKM kota Bandung memberikan kontribusi sebanyak 80% terhadap pdb kota Bandung. Selain itu perkembangan UMKM di kota Bandung terus meningkat setiap tahunnya, sehingga bisa menjadi salah satu sektor industri yang meningkatkan perekonomian dimana hingga bulan Januari 2024 tercatat ada sebanyak 10.181 unit usaha UMKM di kota Bandung yang terbagi kedalam beberapa jenis sektor unit usaha yaitu makanan sebanyak 40,9%, fesyen sebanyak 16% jasa sebanyak 10,1%, kerajinan tangan (6,7%), , dan lain – lain mencapai 26,2% (jabarprov.go.id, 2024).

Tabel 1. 1 Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kota Bandung

No	Sektor	Jumlah UMKM (unit)
1	Makanan	4.164
2	Fashion	1.628
3	Kerajinan tangan	628
4	Lain - lain	2.667

Sumber : Jabarprov.go.id (2024)

1.2 Latar Belakang

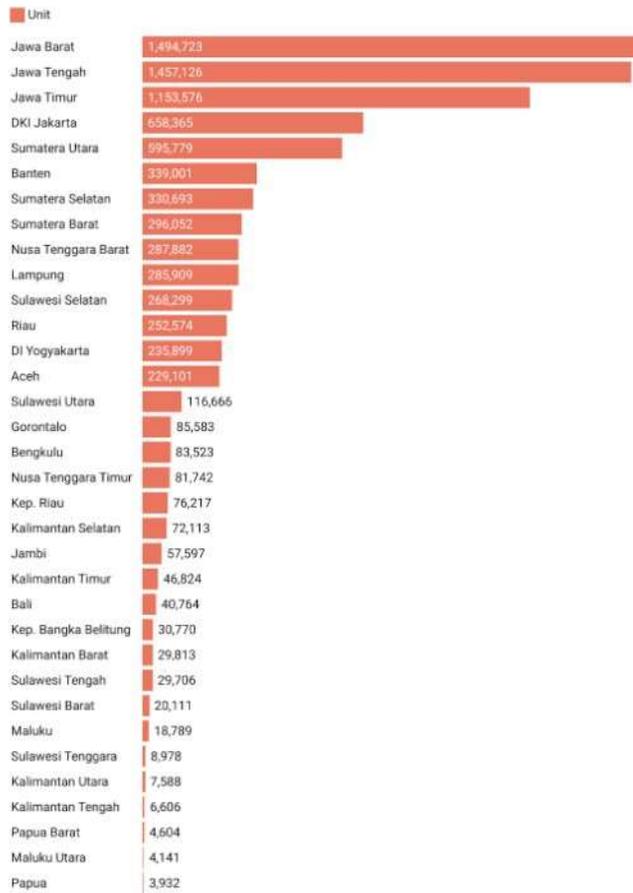
Pertumbuhan bisnis di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan, terutama pada sektor pertumbuhan UMKM. Tercaat hingga tahun 2023 terdapat hampir sekitar 66 juta pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini menjadikan UMKM memiliki peranan yang sangat besar bagi laju ekonomi Indonesia, dimana kontribusi yang diberikan mencapai angka 61% dari Pendapatan Domestik Bruto Indonesia (PDB) atau setara dengan 9.580 triliun rupiah. Selain itu, UMKM juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar dengan angka mencapai 97% atau setara dengan 117 juta tenaga kerja (kadin.id, 2024).

Tabel 1. 2 Data Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

Sumber : Kadin.id (2024)

Berdasarkan pada *platform* yang diluncurkan oleh pemerintah *Online Single Submission – Risk Based Approach* (OSS RBA) yang menjadi wadah pendaftara perizinan usaha di Indonesia, tercatat ada 10 juta UMKM yang teregistrasi pada tahun 2023 dan tersebar di seluruh provinsi di Indonesia (umkindonesia.id, 2024). Adapun data persebaran UMKM di seluruh provinsi ialah sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Data sebaran UMKM di Provinsi Seluruh Indonesia

Sumber : Umkindonesia.id (2024)

Dalam persebaran UMKM di Indonesia dari hasil listing yang dilakukan pada OSS RBA, Provinsi Jawa Barat berada di urutan pertama dengan jumlah UMKM terbanyak sebesar 1,49 Juta, dimana 791 ribu pelaku Usaha bergerak di industri makanan dan minuman. Lalu diikuti provinsi Jawa Tengah dengan jumlah UMKM terbanyak pada urutan kedua yang ada sebesar 1,45 Juta. Diurutan ketiga hingga ke lima diikuti oleh provinsi Jawa Timr, DKI Jakarta, dan Sumatera Utara dengan jumlah UMKM masing – masing 1,51 juta, 658 juta, dan 595 juta. Kemudian sisanya tersebar di sisa provinsi seluruh Indoneisa. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa provinsi Jawa Barat memiliki kontribusi paling besar bagi sektor usaha nasional.

Dalam persebaran UMKM di Jawa Barat kota Bandung menjadi salah satu kota yang memiliki peran penting, dimana kota Bandung pada tahun 2023 menjadi kota kedua dengan kontribusi usaha bagi Jawa Barat setelah kota Bogor yang memiliki jumlah UMKM mencapai 10.107 unit usaha. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat, dalam rentang waktu diatas 10 tahun UMKM kota Bandung mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2010 tercatat jumlah UMKM di Kota Bandung hanya berjumlah 4.221 dan pada tahun 2022 terdapat sebanyak 41.220 unit usaha (jabar.bps.go.id, 2024).

Tabel 1. 3 Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022
Jumlah UMKM	29.752	43.498	42.385	40.136	41.220

Sumber : Jabar.bps.go.id (2024)

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa banyak UMKM di kota Bandung sudah ada dan masih berjalan dalam rentang waktu yang cukup lama yaitu lima sampai sepuluh tahun atau bahkan lebih karena tentu terdapat banyak UMKM yang sudah ada sebelumnya. Selain itu UMKM di kota Bandung juga menyumbang 80% dari Produk Domestik Bruto (PDB) kota Bandung (beritabaik.id, 2024).

Mengacu pada tahap – tahap hidup bisnis yang dikemukakan oleh Adizes (dalam A.B Susanto, 2005) yang membagi tahap evolusi dalam satu generasi menjadi tiga tahapan, UMKM di kota Bandung pada umumnya sudah melewati tahap pertama dan sudah mulai memasuki tahap kedua.

	TAHAP I	TAHAP II	TAHAP III
Usia bisnis	0-5 tahun	10-20 tahun	20-30 tahun
Usia orang tua	25-35 tahun	40-50 tahun	55-70 tahun
Usia anak	0-10 tahun	15-25 tahun	30-45 tahun
Sifat bisnis	Cepat tumbuh dan menuntut waktu dan uang	Menjadi dewasa	Membutuhkan regenerasi dan investasi ulang strategis
Karakteristik organisasi	Kecil dan dinamis	Lebih besar dan lebih kompleks	Jalan di tempat
Motivasi pemilik-manajer	Komitmen terhadap kesuksesan usaha	Menghasratkan kendali dan stabilitas	Mencari minat baru atau semi-pensiun, generasi selanjutnya mencari pertumbuhan dan perubahan.
Harapan keuangan keluarga	Terbatas pada kebutuhan dasar	Kebutuhan lebih banyak, termasuk pendidikan yang lebih baik	Kebutuhan yang lebih besar, termasuk keamanan dan <i>generosity</i> .
Tujuan keluarga	Kesuksesan usaha	Pertumbuhan dan perkembangan anak	Harmoni dan keutuhan keluarga

Gambar 1. 2 Tahap Evolusi Generasi Bisnis Keluarga

Sumber : Adizes (A. B. Susanto, 2005)

Dapat diketahui bahwa fase berikutnya yang akan dihadapi sebuah perusahaan setelah melewati tahap pertama dan kedua, mereka akan dihadapkan pada tahap ketiga dimana pada tahap ini sifat bisnis sudah mulai berubah dan perlu dilakukannya regenerasi, dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan akan membutuhkan seorang suksesor untuk melanjutkan keberlangsungan bisnis dan pada umumnya suksesor biasanya berasal dari lingkungan keluarga pendiri usaha.

Dalam mengawali proses suksesi untuk menjamin kelangsungan hidup dari perusahaan milik keluarga, terdapat prinsip – prinsip utama yang diperkenalkan oleh Ward (2004) yaitu prinsip “Lima Pemikiran” (Five Insight) dan “4P” yang dapat diterapkan oleh setiap perusahaan atau bisnis milik keluarga. Dimana “Lima Pemikiran” itu terdiri dari menghargai perubahan, penanganan isu, pentingnya komunikasi, perencanaan penting untuk kontinuitas, dan yang terakhir adalah keharusan berkomitmen. Dari kelima pemikiran tersebut poin terakhir yaitu keharusan berkomitmen bisa dikatakan memegang peran yang sangat penting, karena komitmen merupakan kunci sukses dalam proses regenerasi. Dengan

pemikiran tersebut diharapkan suksesor sudah memiliki kesiapan saat akan melanjutkan usaha yang berlangsung, dan siap menerima semua risiko bisnis yang mungkin datang dikemudian hari.

Beberapa peneliti menemukan bahwa pendiri atau generasi pertama mempunyai pengaruh yang besar terhadap budaya, nilai-nilai dan keberlanjutan perusahaan, selama dan setelah masa kepemilikan, serta kekhasan bisnis keluarga dalam hal nilai-nilai juga dipengaruhi oleh peran pendiri (Sharma, 2004). Pendiri mempunyai peranan yang sangat penting dalam membentuk budaya, nilai-nilai, dan kinerja perusahaan. Pengaruhnya tidak hanya terasa pada masa jabatannya, tapi juga jangka panjang setelahnya. Keluarga pendiri juga sering kali meneruskan nilai-nilai yang membedakan bisnis mereka. Hal ini menciptakan landasan yang kuat bagi budaya perusahaan dan mempengaruhi arah serta kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Kesiapan suksesor terkadang menjadi pilihan yang sulit bagi pemilik bisnis, apalagi jika calon suksesornya hanya ada satu orang sehingga membuat pemilik perlu melakukan pertimbangan lebih matang untuk mempersiapkan calon suksesornya agar benar-benar siap mengambil alih perusahaan dan pemilik memang merasa nyaman untuk hengkang. perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Stavrou (1998) yang menyatakan kompleksitas nilai, tradisi dan hubungan keluarga akan mempengaruhi penerus secara efektif akan mampu mengembangkan perannya dalam perusahaan keluarga.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Soeparto (2019) terkait pengaruh hubungan keluarga dan kesiapan suksesor terhadap pencapaian kinerja perusahaan, didapatkan bahwa hubungan keluarga yang baik memeberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan bersama dengan kesiapan dari suksesor.

Selain hubungan keluarga terdapat juga faktor internal yang dapat mempengaruhi kesiapan suksesor, yaitu sikap dari suksesor sendiri. Pada penelitian terdahulu “*Four Bases of Family Business Successor Commitment: Antecedents and Consequences*” yang dilakukan oleh Sharma dan Irving (2005) didapatkan empat klasifikasi dasar kesiapan suksesor bisnis keluarga, namun masih terdapat pertanyaan mengenai faktor apa dan pola pikir apa yang mendasari komitmen suksesor karena belum adanya penjelasan spesifik mengenai faktor apa yang dapat mempengaruhi komitmen suksesor.

Sikap menurut Robbins dan Judge (2014) terdiri dari komponen kognitif (komponen perseptual), komponen afektif (komponen emosional) dan komponen konatif (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak atau berperilaku terhadap obyek sikap. Hal ini didasari dengan jawaban variatif tapi mengerucut pada satu dasar yang sama yaitu sikap, seperti melihat peluang merupakan komponen perseptual, rasa senang dan percaya diri berada di lingkungan pasar yang merupakan komponen afektif atau komponen emosional.

Dalam lingkup organizational commitment, komitmen organisasi sebagai sebuah keadaan psikologi yang mengkarakteristikan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya yang mempengaruhi apakah karyawan akan tetap bertahan dalam organisasi atau tidak adapun dimensinya komitmen afektif, komitmen kontinuan dan komitmen normatif dengan indikator karakteristik organisasi, karakteristik individu, pengalaman kerja, kerugian jika meninggalkan organisasi dan keterikatan pada organisasi (Meyer & Allen, 1984).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firmansyah (2020) terkait pengaruh sikap terhadap *sucessor commitment*, didapati hasil bahwa sikap memberikan pengaruh yang signifikan bagi komitmen suksesor. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti pada akhirnya tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam pada tema bisnis keluarga. Adapun judul penelitian ini ialah “**Pengaruh Hubungan**

Antara Keluarga dan Sikap terhadap Kesiapan Suksesor pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) makanan di Kota Bandung”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut untuk menjadi bahasan dan dijawab pada penelitian ini :

1. Bagaimana pengaruh Hubungan Antar Keluarga terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung
2. Bagaimana pengaruh Sikap terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung
3. Bagaimana pengaruh Hubungan Antar Keluarga dan Sikap terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang penelitian ajukan, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Hubungan Antar Keluarga terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Sikap terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Hubungan Antar Keluarga dan Sikap terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian terkait dengan pengaruh Hubungan Antar Keluarga dan Sikap terhadap Kesiapan Suksesor UMKM makanan di Kota Bandung ini diharapkan dapat memiliki kegunaan, baik secara teoritis dan juga praktis

1.5.1. Aspek Teoritis

- A. Melalui penelitian ini, penulis melakukan pengaplikasian pengalaman serta pengetahuan yang didasarkan pada kajian ilmu dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan selama penelitian, sehingga diharapkan bisa menambah wawasan.
- B. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi di bidang bisnis terutama dalam aspek bisnis keluarga dan kewirausahaan.
- C. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya, serta memberikan tambahan wawasan juga pengetahuan dalam kajian bahasan bisnis keluarga.

1.5.2. Aspek Praktis

Dalam hal praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi para pelaku bisnis yang bersifat perusahaan keluarga yang sudah melakukan proses suksesi maupun yang belum. Sehingga para pelaku bisnis keluarga diharapkan dapat mengambil keputusan yang tepat guna menyiapkan generasi penerus untuk melanjutkan estafet perusahaan keluarga di masa depan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Hubungan Antar Keluarga dan Sikap terhadap Kesiapan Suksesor pada UMKM makanan di Kota Bandung”. Adapun sistematika penelitiannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, dan Ruang Lingkup Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang Jenis Penelitian, Oprasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran, Tahapan Penelitian, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Realibilitas, Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam bab ini berisi karakteristik responden, uji analisis faktor, dan pembahasan yang disusun secara detail.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil dari pembahasan. Sedangkan saran-saran dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu saran praktis dan saran teoritis.