

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia mengalami peningkatan dalam segi jumlah penduduk yang sudah mencapai angka 230 juta jiwa lebih. Hal ini berdampak pada kebutuhan sandang, pangan papan yang harus terpenuhi. Dijelaskan bahwa Indonesia menghadapi masalah keterbatasan peluang lapangan kerja bagi mereka yang lulus pada perguruan tinggi.

Badan Pusat Statistik melakukan penelitian terhadap tingkat pengangguran yang terjadi di Indonesia pada tahun 2018. Tingkat pengangguran di Indonesia dengan rasio 5,1% dari total tenaga kerja. Pada tahun 2017 pengangguran di kota dengan rasio 6,8% dari total tenaga kerja dan di desa dengan rasio 4,0% dari total tenaga kerja. Hal ini memberikan dampak bahwa setiap remaja tidak hanya berpangku pada lapangan kerja yang berasal dari instansi pemerintahan ataupun swasta akan tetapi harus berwirausaha dengan tujuan mengembangkan kreatifitas, keuntungan ekonomi, dan memiliki pekerjaan (*www.indonesia-investments.com*).

Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyatakan bahwa jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencapai 64 juta. Angka tersebut mencapai 99,9 persen dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. Rasio jumlah wirausahawan atau pengusaha di Indonesia saat ini baru mencapai 2% dari total penduduk. Khusus yang angkatan kerja, dari total 137,91 juta orang, pengangguran sebanyak 6,88

juta orang, sedangkan sisanya yang bekerja sebanyak 131,03 juta orang atau naik 1,67 juta orang. Dari 131,03 juta orang yang bekerja ini terdiri dari 91,59 juta orang sebagai pekerja penuh, 31,10 juta orang pekerja paruh waktu, dan 8,34 juta orang merupakan setengah pengangguran.

Pengusaha atau wirausahawan memiliki peran vital dan mampu menjadi solusi bagi masalah pembangunan ekonomi di suatu negara. Semakin banyak suatu negara memiliki pengusaha, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi (Darwanto dalam Marieska, 2020). Menurut David Mc Clelland, untuk menjadi negara maju dan makmur, minimal jumlah wirausaha yang dibutuhkan adalah 2% dari total jumlah penduduk. Saat ini di Indonesia hanya memiliki sekitar 450.000 wirausaha atau sekitar 0,18% dari total populasi (Qurnain, 2015).

Gaya hidup pada kota besar khususnya para remaja sering meluangkan waktu dengan keluarga ataupun sahabat serta rekan-rekan mereka untuk berkumpul pada sebuah café yang menurut mereka nyaman, hal ini merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam minat, aktivitas dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan dari seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia (Kotler, 2002).

Saat ini tren pertumbuhan *franchise* masih didominasi oleh bidang kuliner yaitu sekitar 50-55% , disusul oleh sektor pendidikan serta usaha waralaba jasa dan retail.

Ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia, Anang Sukandar menilai bisnis waralaba mampu berperan dalam menciptakan peluang bisnis dan lapangan kerja serta memiliki ciri khas yang mampu berkembang menjadi usaha yang efisien dan berdaya saing (Sukandar & Widjaya, 2019).

Pertumbuhan industri makanan dan minuman mulai menjadi andalan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi nasional dan manufaktur. Pada 2019 sektor makanan dan minuman diyakini terus menjadi primadona, terutama pada sektor industri pariwisata yang mengembangkan wisata kuliner. Produk yang ditawarkan harus sesuai dengan selera konsumen atau melakukan inovasi secara terus menerus mengenai hal rasa. Hal ini memberikan pengaruh untuk menjaga kualitas merek, gaya hidup dan selalu menjadi perbincangan terhadap produk yang ditawarkan (Severi, Ling dan Nasirmoadeli, 2014).

Kasmir (2007) menjelaskan bahwa orientasi remaja yang sudah lulus hanyalah untuk mencari pekerjaan bukan menciptakan lapangan kerja. Hal ini sudah berlangsung lama di Indonesia dengan berbagai alasan. Jadi bukan merupakan sesuatu yang aneh jika setiap tahunnya banyak pengangguran (bertambah), hal ini dikarenakan pertumbuhan lapangan kerja semakin hari menjadi sempit dan pola pikir untuk berwirausaha sedikit.

Nursito (2013) menjelaskan bahwa keyakinan seseorang akan kemampuan diri untuk berwirausaha akan memberikan pengaruh terhadap keinginan seseorang untuk

berwirausaha. Linan (2004) menjelaskan bahwa pengetahuan luas tentang kewirausahaan pasti memiliki pengaruh pada sikap kewirausahaan maupun kesadaran seseorang terhadap profesi pewirausaha sehingga memberikan dorongan munculnya keinginan untuk menjadi pewirausaha.

Kuliner dalam bahasa Inggris disebut *culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *chef*. Saat ini istilah kuliner sering didengar, dibaca lewat media cetak maupun audio visual. Pengertian kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, makanan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak-memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari (Wongso, 2015).

Pusat kuliner merupakan tempat makan dengan banyak *stand* makanan. Pengunjung bebas memilih, baik makanan maupun tempat makannya. Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tari, kuliner adalah bagian dari identitas Budaya Indonesia (Wongso, 2015).

Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai beberapa kuliner yang berada di daerah Pabelan, Menco - Kartasura Tahun 2020, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1  
Kuliner Di Menco

No	Kuliner	Jumlah	Jenis	Usia
1	Makanan	4	a. BK b. Warung DCD c. NB F d. Cilok	17-21
2	Minuman	2	a. Kedai Kopi DKK b. KSJ	17-21

Berdasarkan tabel 1.1 tentang jumlah kuliner yang dikelola oleh remaja di area Pabelan, Menco dari 77 sampel yang diambil ditemukan bahwa hanya terdapat 6 remaja yang memiliki bisnis kuliner diantaranya 4 bisnis makanan dan 2 bisnis minuman. Alasan para remaja untuk berbisnis kuliner adalah karena suka dengan bisnis yang mereka jalani, sebagai penghasilan sehari-hari sehingga bisa menjadi mandiri secara *financial* dan tidak ingin merepotkan orangtua serta sebagai ladang untuk membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain yang membutuhkan.

Pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara mengenai kepercayaan diri remaja pada bisnis kuliner yaitu sebagai berikut:

a. Informan I

Informan I merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 25 tahun. Informan I mulai mendirikan bisnis kuliner yang bernama warung BK pada umur sembilan belas tahun dengan alasan tidak ingin kerja dengan orang lain dan bertekad untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. “Dulu sebenarnya nggak ke

kuliner, mau usaha peternakan, dikarenakan modalnya yang terlalu besar saya tidak bisa menjangkau dan kebetulan kakak juga mempunyai usaha yaitu usaha kuliner, nah dari itu saya belajar sama kakak saya kemudian saya mantep untuk memulai bisnis kuliner ini” tutur I.

I mengatakan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan saat terjadi covid hingga 90% dari hari biasanya saat tidak terjadi covid. I mengambil langkah untuk menutup sementara warung yang berada di Menco karena pendapatan yang di terima saat covid tidak bisa menutupi untuk menggaji karyawan yang ia miliki. Untuk mengupayakan adanya pemasukan, I membuka cabang warung yang sama di daerah Boyolali yang saat ini berjalan normal.

b. Informan YE

Informan YE merupakan informan yang berjenis kelamin laki-laki yang berusia 26 tahun. YE memulai bisnis Kedai Kopi DKK saat ia berusia 21 tahun bersama 2 orang temannya. Bermula dari keisengan dan sering begadang minum kopi ketiganya memutuskan untuk membuka kedai kopi sendiri. Namun di awal tahun 2020 YE putus mitra dengan 2 temannya karena ingin membuka usaha sendiri di kampung halaman, dengan begitu saat ini YE hanya *handle* usaha Kedai Kopi DKK seorang diri.

YE mengatakan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan sebanyak 90% dari hari biasanya saat tidak terjadi covid. YE menjelaskan bahwa ia tidak pernah

menutup kedai kopi miliknya dari awal terjadi covid hingga sekarang dan hanya mengurangi jam operasional kedai miliknya saja. Alasan YE tetap bertahan disaat kondisi seperti ini yaitu karena YE tertantang untuk *survive* dengan bisnis yang ia jalankan seorang diri di masa pandemi ini agar tetap mendapat pemasukan secara mandiri.

c. Informan RNA

Informan RNA merupakan informan berjenis kelamin perempuan yang berusia 25 tahun. RNA berkecimpung di dunia bisnis kuliner saat ia berusia 20 tahun dengan mendirikan usaha Warung DCD yang menjual berbagai macam masakan seperti ayam, nasi goreng dan olahan mie. Berawal dari ingin mendapat uang jajan tambahan dan bercita-cita menjadi pengusaha muda yang bisa membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain RNA membangun usaha tersebut bersama suaminya yang kala itu masih berstatus sebagai pacar dari RNA.

RNA menuturkan bahwa ia mengalami penurunan pelanggan saat covid terjadi. RNA memutuskan untuk menutup sementara warung miliknya dan beralih dengan sistem pesan antar atau *delivery order*, “aku yakin ini cepat berlalu, jadi *ditelateni* saja”paparnya.

d. Informan J

Informan J merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 29 tahun. Bermula saat ia bekerja di Madiun dan makan di salah satu angkringan yang

cukup ramai hingga membuat J termotivasi untuk membuka usaha kuliner di kotanya sendiri yaitu Solo. J membuka usaha kuliner yang diberi nama KSJ yang ia kelola sendiri saat umur 21 tahun dengan alasan ingin mandiri.

J berkata “Pandemi itu jalanan aja sepi mbak, yang kuliah aja tidak ada padahal konsumennya tu mahasiswa mahasiswi mereka pada pulang kampung semua, waduh saya ya gimana ini jualannya”. Meskipun begitu J tetap membuka usahanya seperti biasa karena harus ada pemasukan untuk kehidupan sehari-hari.

e. Informan F

Informan F merupakan informan berjenis kelamin laki-laki yang berusia 25 tahun. F memulai bisnis kuliner bersama ayahnya pada umur 20 tahun dan sudah di berikan amanah untuk *handle* usaha cabang Solo. Bermula dari F yang ingin membantu ayahnya dan mulai belajar cara produksi dan pengemasan yang benar.

F mengatakan bahwa tidak ada penurunan konsumen secara drastis saat covid terjadi pada usaha *Frozen Food* yang ia miliki dan tetap mendapatkan pemasukan dari penjualan secara *online* maupun dari *reseller*. Namun begitu F terpaksa harus menutup sementara usaha bebakaran yang ia miliki dan saat ini hanya berfokus pada *Frozen Food* saja.

Berikut penelitian yang telah dilakukan mengenai kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner dengan situasi pandemi :



Tabel 1.2  
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	I Ketut Budastra (2020)	Dampak Sosial Ekonomi Covid-19 Dan Program Potensial Untuk Penanganannya: Studi Kasus Di Kabupaten Lombok Barat	Kombinasi teknik penilaian cepat dan perencanaan partisipatif	Ditemukan bahwa Covid-19 menimbulkan gangguan pada operasi rantai nilai dan mengancam keberlangsungan operasi dunia usaha di berbagai sektor. Sektor ekonomi terdampak parah adalah pariwisata dan transportasi, diikuti oleh sektor industri pengolahan, perdagangan, dan sektor-sektor lainnya.
2	Taufik & Eka Avianti Ayuningtyas (2020)	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online ( <i>The Impact Of Covid-19 Pandemic On Business And Online Platform Existance</i> )	Deskriptif-Kualitatif	Ditemukan bahwa dampak pandemi Covid-19, terkluster pada 3 keadaan aktivitas bisnis, pertama bisnis bertahan atau stabil, kedua bisnis yang menurun dan ketiga bisnis berkembang. Bisnis yang menurun seperti angkutan umum, pariwisata, perhotelan, ritel <i>offline</i> , pusat perbelanjaan, angkutan orang dan barang. Bisnis yang berkembang menggunakan platform aplikasi online termasuk UMKM yang beralih secara inovatif memproduksi produk kesehatan yang dibutuhkan dimasa pandemi Covid-19.
3	Marianna Sigala (2020)	<i>Effects Of Covid-19 On Business and Research</i>	Deskriptif-Kualitatif	Wabah saat ini memiliki konsekuensi ekonomi yang parah di seluruh dunia, dan sepertinya negara mana pun akan terpengaruh.
4	Piyus Sharma, T.Y	<i>Managing Uncertainty</i>	Tinjauan ekstensif	Anteseden dan hasil, dan strategi penanganan berbeda

	Leung and Silvio Cardina <i>liet.all</i> (2020)	<i>During Global Panemic: An International Business Perspective</i>	A An	literatur bisnis internasional	yang digunakan oleh manajer dan hasil mereka. Ini menyulitkan manajer bisnis internasional untuk memahami jenis ketidakpastian dalam bisnis mereka dan mengembangkan strategi yang tepat untuk menghadapinya secara efektif.
--	---	---	------	--------------------------------	--

Ciri-ciri wirausaha dalam bentuk kuliner harus dibekali dengan beberapa komponen, diantaranya yaitu: a) percaya diri, orientasi pada hasil, berani megambil resiko, kepemimpinan, orisinalitas (inovatif, kreatif, dan fleksibel), dan orientasi pada masa depan (Suryana, 2013).

Menurut Lauster (2012) *self confidence* atau yang biasa disebut kepercayaan diri merupakan suatu perasaan atau sikap dimana memiliki keyakinan yang tinggi atas kemampuan yang dimiliki sehingga individu tersebut tidak merasa cemas dalam setiap tindakan yang diambil dan bebas melakukan hal-hal yang disukai serta bertanggung jawab atas segala perbuatan yang sudah dilakukan, tidak merasa canggung dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain. Menurut Ghufro (2014) kepercayaan diri adalah sebagaimana keyakinan yang dimiliki dalam melakukan sesuatu untuk diri sendiri yang mempunyai karakteristik pribadi seperti keyakinan dalam bentuk tanggung jawab, kemampuan diri, objektif, optimis, realistis dan rasional.

Hubungan kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner merupakan sebuah keyakinan dari pada aspek kelebihan yang dimiliki seseorang dan merasa mampu untuk

mencapai tujuan hidupnya (Hakim, 2003). Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ayus Ahmad Yusuf, Amir Hamzah (2016) ditemukan hasil pengamatan di lapangan bahwa rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan sangat mempengaruhi minat untuk menjadi seorang pengusaha, sehingga seseorang memiliki keinginan tinggi untuk menjadi pengusaha maka orang yang memiliki tujuan hidup adalah untuk menjadi sukses dalam berwirausaha.

Data awal berupa fenomena kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner dan penelitian terdahulu terkait dengan dampak pandemi covid-19 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri remaja jauh lebih tinggi saat terjadi pandemi covid-19 daripada sebelum terjadi pandemi, hal ini dikarenakan remaja dituntut untuk berkreasi dalam mengatur strategi untuk tetap mendapatkan penghasilan saat pandemi, tekad yang jauh lebih kuat serta kerja lebih keras dari biasanya. Dari data diatas dan penelitian terdahulu juga menunjukkan adanya unsur keyakinan bahwa pandemi bisa segera berlalu sehingga hal ini menarik atau penting untuk diteliti bagaimana kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner tersebut.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang mengenai kepercayaan diri terhadap bisnis kuliner, maka penulis akan melakukan penelitian skripsi dengan judul: “Kepercayaan Diri Pada Remaja Pelaku Bisnis Kuliner Di Menco”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang mengenai tingkat kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner, maka penulis akan melakukan penelitian dengan rumusan masalah, yaitu: “Bagaimana dinamika kepercayaan diri remaja pelaku bisnis kuliner?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dinamika kepercayaan diri remaja pelaku bisnis kuliner.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara teoritis diharapkan penelitian ini berguna pada ranah psikologi sosial yang sekarang ini mulai banyak diteliti di Indonesia. Serta memberikan pengetahuan bagaimana kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner.
2. Secara praktis penelitian ini akan membantu remaja dalam mengembangkan kepercayaan diri remaja terhadap bisnis kuliner.