

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Selama beberapa dekade terakhir, sebagian besar negara telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam jumlah populasi penduduk mereka (Lee & Shin, 2019). Salah satunya adalah negara Indonesia dimana penduduk usia kerja di Indonesia semakin tahun semakin meningkat. Tabel 1.1 di bawah ini menunjukkan data status keadaan ketenagakerjaan di Indonesia (jumlah penduduk usia kerja dan pengangguran) selama tiga tahun terakhir dari tahun 2018 hingga tahun 2020 per bulan Februari berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik).

Tabel 1.1 Tabel Status Keadaan Ketenagakerjaan Negara Indonesia Tahun 2018-2020 Per Bulan Februari

Status Keadaan Ketenagakerjaan	Februari (juta orang)		
	2018	2019	2020
<b>Penduduk Usia Kerja</b>	193,55	196,46	199,38
<b>Pengangguran</b>	6,87	6,82	6,88

Sumber: bps.go.id

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk usia kerja di negara Indonesia selalu meningkat dari tahun ke tahun. Sedangkan jumlah pengangguran dari tahun 2018 ke 2019 mengalami penurunan sebesar 0,05 juta orang. Sedangkan pada tahun 2019 ke 2020 jumlah pengangguran mengalami kenaikan sebesar 0,06 juta orang. Ketika peningkatan jumlah penduduk usia kerja tidak diimbangi dengan peningkatan ketersediaan lapangan pekerjaan maka hal tersebut akan berpotensi untuk meningkatkan jumlah pengangguran seperti yang terjadi pada tahun 2020 dimana jumlah pengangguran meningkat karena salah faktor penyebabnya adalah peningkatan jumlah penduduk usia kerja tidak diimbangi dengan ketersediaan lapangan kerja. Hal tersebutlah yang mendorong berdirinya usaha mandiri.

Definisi usaha mandiri menurut Irawati (2017) merupakan jiwa semangat dan kemampuan seseorang untuk menangani suatu kegiatan usaha yang berorientasi terhadap beberapa hal seperti pencarian, penciptaan, dan penerapan cara kerja, teknologi, serta

suatu produk yang baru dengan peningkatan efisiensi yang bertujuan untuk pelayanan yang lebih baik sehingga mendapatkan profit yang lebih besar. Ada dua faktor yang mempengaruhi berkembangnya usaha mandiri yaitu faktor internal dimana faktor ini merupakan faktor yang muncul dari internal atau diri sendiri dan faktor eksternal dimana faktor ini merupakan faktor yang muncul dari eksternal atau lingkungan luar (Yulia, 2010).

Contoh dari usaha mandiri yang berkembang sangat pesat di era sekarang adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UMKM merupakan suatu industri dengan skala yang kecil. Ada dua jenis UMKM berdasarkan *output* yang dihasilkan yaitu UMKM manufaktur dan jasa dimana dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008 yang berisi tentang UMKM terdapat beberapa hal yang menjadi kriteria UMKM itu sendiri. Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2008 UMKM dibagi menjadi tiga kategori. Kategori yang pertama adalah Usaha Mikro dimana Usaha Mikro merupakan suatu usaha yang produktif dan dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perseorangan dimana telah memenuhi kriteria sebagaimana sesuai dengan kriteria Usaha Mikro berdasarkan Undang-undang. Kriteria dari Usaha Mikro menurut Undang-undang sendiri yaitu memiliki harta kekayaan maksimal sebesar IDR. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan kekayaan tersebut tidak termasuk nilai jual tanah dan bangunan dari tempat usaha itu sendiri dengan jumlah pekerja tetap minimal 4 orang. Kategori yang kedua adalah Usaha Kecil dimana Usaha Kecil sendiri pada dasarnya merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perseorangan dimana posisinya berada satu tingkat di atas Usaha Mikro dan memiliki harta kekayaan atau aset antara IDR. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) hingga IDR. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan tidak termasuk dengan nilai jual tanah dan bangunan milik usaha itu sendiri kemudian hasil penjualan tahunan menembus angka IDR. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) hingga IDR. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) dengan jumlah pekerja tetap mulai dari 5 hingga 19 orang. Kategori yang ketiga adalah Usaha Menengah dimana Usaha Menengah merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perseorangan dimana posisinya berada satu tingkat di atas Usaha Kecil, status kepemilikan bukan menjadi anak perusahaan ataupun berhubungan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan Usaha Kecil,

Usaha Mikro, dan Usaha Besar dengan kriteria sebagaimana yang diatur oleh Undang-undang dan memiliki harta kekayaan atau aset antara IDR. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga IDR. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dan tidak termasuk dengan nilai jual tanah dan bangunan milik usaha itu sendiri kemudian hasil penjualan tahunan menembus angka IDR. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga IDR. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) dengan jumlah pekerja 20 sampai 99 orang.

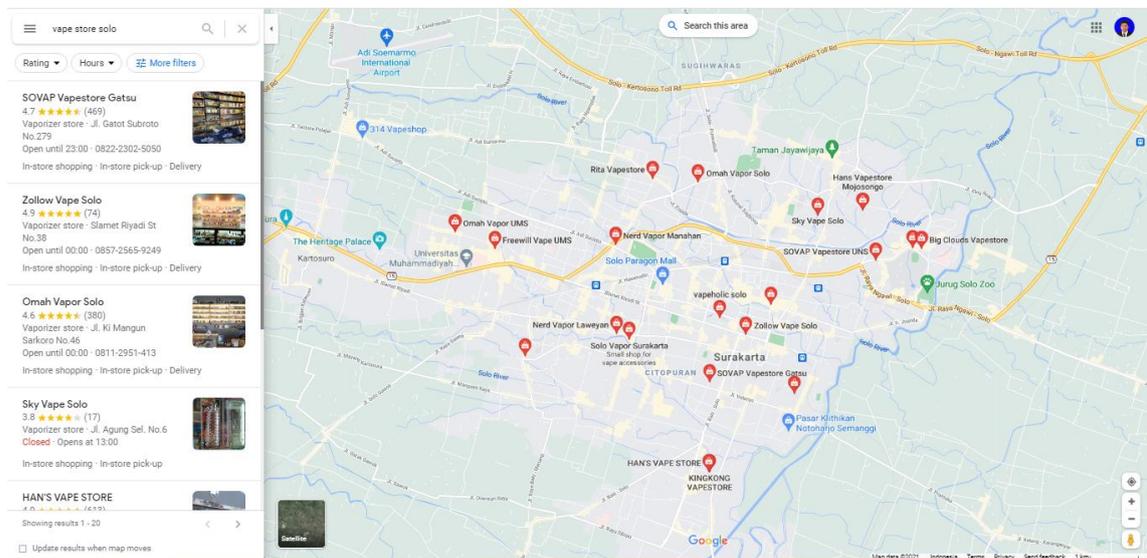
Salah satu UMKM yang bergerak di bidang ritel adalah “314vapeshop”. Perusahaan ini menjual berbagai *vape item* seperti *mod*, *pod*, *charger*, dan berbagai macam *liquid*. Penjualan dan transaksi dapat dilakukan secara *offline* (datang langsung ke toko) ataupun *online* (melalui *marketplace* seperti Tokopedia). Perusahaan yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 8 orang (5 orang berada di toko pusat dan 3 orang berada di toko cabang) dapat menghasilkan omset hingga 75 juta per bulannya. Berawal dari sebuah hobi yang kemudian pemilik perusahaan ingin menjadikan hobinya tersebut dapat menghasilkan sebuah keuntungan hingga pada akhirnya tahun 2016 didirikanlah perusahaan “314vapeshop” yang berlokasi di Jl. Adisucipto No.354, Malangjiwan, Colmadu, Karanganyar, Jawa Tengah yang merupakan pusat dari perusahaan dan memiliki cabang di kota Boyolali, Jawa Tengah yang berdiri pada tahun 2020. Dalam proses mendirikan dan mengembangkan usahanya dari awal hingga saat ini tentu pemilik perusahaan “314vapeshop” sering mengalami begitu banyak kendala, tantangan, dan permasalahan.

Permasalahan yang biasanya dihadapi oleh Usaha Kecil diantaranya adalah lemahnya organisasi, pemasaran yang sulit, tempat usaha yang terbilang sempit, sarana dan fasilitas kurang memadai, sulitnya mendapat modal sehingga terhambat untuk pengembangan usaha, dan sistem pelayanan yang masih kurang (Sukirman, 2010). Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Sukirman dan Indrayani (2014) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa variabel konstruk organisasi dan perusahaan (dengan indikatornya terdiri atas struktur organisasi, promosi, dan produksi), kajian strategik (dengan indikatornya terdiri atas perencanaan, perijinan usaha, dan pengembangan usaha), kajian sumber daya manusia (dengan indikatornya terdiri atas pengembangan karir, percaya diri, berani resiko, dan

invasif serta kreatif) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemandirian usaha dengan hasil nilai F hitung sebesar 6,748 dan taraf signifikan sebesar 0,05. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rohmah et al (2019) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa variabel konstruk seperti karakteristik (dengan indikatornya terdiri atas struktur tingkat pendidikan, modal, dan pengalaman berusaha), proses pemberdayaan (dengan indikatornya terdiri atas mobilisasi sumber daya, pengembangan proses, pengembangan jaringan), peran kelompok (dengan indikatornya terdiri atas unit produksi), dan dukungan lingkungan (dengan indikatornya terdiri atas pengaruh tokoh dan peran lembaga) memiliki pengaruh yang signifikan (kecuali variabel peran kelompok) terhadap keberdayaan (dengan indikatornya terdiri atas akses teknologi dan akses pemodal) dan variabel konstruk keberdayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemandirian usaha dengan hasil nilai T hitung sebesar 6,161 dan taraf signifikan sebesar 0,05. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno dan Budhi (2019) menyatakan bahwa beberapa variabel konstruk seperti program *e-commerce* (dengan indikatornya terdiri atas sosialisasi program, pelatihan, dan pembinaan) dan kemampuan usaha (dengan indikatornya terdiri atas pendidikan, penguasaan teknologi, dan pengalaman kerja) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemandirian usaha (dengan indikatornya terdiri atas kemandirian produksi, kemandirian permodalan, dan kemandirian pemasaran).

Tambunan (2012) mengatakan bahwa hampir seluruh pelaku usaha kecil di Indonesia mengawali usahanya dengan alasan tersedianya peluang bisnis serta pangsa pasar yang terbilang sangat potensial sehingga sebagian UKM banyak bermunculan atas dasar kemandirian dalam mengelola usaha walaupun seringkali terjadi kegagalan karena pengelola usaha yang kurang tangguh, mandiri, dan sehat yang di dalamnya terdapat berbagai faktor yang salah satunya adalah perusahaan yang tidak mampu bersaing. Begitu pula dengan pemilik usaha “314vapeshop” yang melihat peluang dan potensi pasar yang cukup besar sehingga memotivasi dirinya untuk mendirikan usaha tersebut. Pemilik usaha “314vapeshop” merasa bahwa permasalahan dan tantangan akan terus-menerus berdatangan sehingga diperlukan adanya strategi untuk menghadapi tantangan dan permasalahan tersebut. Terlebih semakin ketatnya persaingan dimana makin banyaknya kompetitor-

kompetitor yang bermunculan seperti yang tertera pada Gambar 1.1 dimana *vape store* di area Solo dan sekitarnya sudah menjamur dengan jumlah 20 *store*. Ketika perusahaan sudah lagi tidak mampu untuk bersaing dengan kompetitor maka kemungkinan besar perusahaan tersebut akan mengalami kegagalan. Menurut pemilik usaha “314vapeshop”, makin menjamurnya kompetitor sebanding dengan tingkat persaingan harga di pasaran dan hal tersebut tentu akan memberikan pelanggan banyak pilihan untuk membeli produk *vape item*. Maka dari itu perlunya dilakukan penelitian ini agar perusahaan tetap mampu bersaing dalam kondisi apapun dan menjadikan perusahaan semakin tangguh, mandiri, dan sehat.



Gambar 1.1 Sebaran Lokasi *Vape Store* di Solo Melalui *Google Maps*

Penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dan Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) dimana metode SEM digunakan untuk mengetahui variabel apa saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kemandirian usaha, khususnya pada perusahaan “314vapeshop”. Dengan metode studi literatur pada penelitian-penelitian sebelumnya dan dilakukan kombinasi variabel dari hasil studi literatur tersebut yang kemudian merancang suatu konstruk baru diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk mengetahui variabel apa yang memiliki pengaruh signifikan agar “314vapeshop” dapat lebih berkembang dan menjadi usaha yang lebih mandiri. Hasil dari metode SEM dimana telah didapatkan variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kemandirian usaha kemudian dilanjutkan dengan metode analisis SWOT yang diharapkan mampu melahirkan strategi-

strategi yang menjadikan hasil analisis SWOT sebagai dasar perancangan strategi untuk berkembangnya perusahaan “314vapeshop” agar menjadi usaha yang lebih mandiri dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki ataupun potensi-potensi yang ada.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan maka didapatkan perumusan masalah yaitu:

Bagaimanakah strategi usaha yang harus dikembangkan agar mendorong “314vapeshop” untuk lebih mandiri dengan metode SEM (*Structural Equation Modeling*) dan Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*).

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis hubungan variabel Manajemen Profesiona;, Keberdayaan Karyawan, Strategi Pemasaran, Fasilitas Perusahaan, dan Pelayanan Produk/Jasa mendorong “314vapeshop” untuk mandiri.
2. Melakukan perancangan strategi pengembangan usaha “314vapeshop” menggunakan analisis SWOT.

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini digunakan agar memfokuskan masalah pada penelitian serta mencapai target sasaran dalam melakukan penelitian, antara lain:

1. Responden yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini adalah responden yang sudah mendalami dunia tentang *vape* minimal satu tahun dan pernah melakukan transaksi minimal satu kali di “314vapsehop”.
2. Variabel dan indikator yang digunakan pada penelitian ini diperoleh melalui hasil penelitian dan rekomendasi dari penelitian sebelumnya dengan menyesuaikan kondisi dan proses bisnis yang ada.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapat dengan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat signifikansi hubungan variabel Manajemen Profesional, Keberdayaan Karyawan, Strategi Pemasaran, Fasilitas Perusahaan, dan

Pelayanan Produk/Jasa sebagai dasar perancangan strategi pengembangan usaha agar mendorong “314vapeshop” untuk mandiri.

2. Menghasilkan perancangan strategi pengembangan usaha mendorong “314vapeshop” untuk mandiri berdasarkan hasil tingkat signifikansi hubungan Manajemen Profesional, Keberdayaan Karyawan, Strategi Pemasaran, Fasilitas Perusahaan, dan Pelayanan Produk/Jasa terhadap Kemandirian Usaha.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.5.1 BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I merupakan awal dari penelitian yang di dalamnya membahas tentang latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, batas masalah, serta manfaat yang didapat dari penelitian ini.

### **1.5.2 BAB II LANDASAN TEORI**

Pada Bab II terdapat beberapa literatur – literatur pendukung penelitian berupa Tinjauan Pustaka. Landasan teori pada penelitian ini meliputi penjelasan tentang apa itu UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) beserta kriteria-kriterianya, tentang Perancangan Strategi dengan salah satu metodenya adalah Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*), dan penjelasan tentang SEM (*Structural Equation Model*) terutama tentang SEM PLS.

### **1.5.3 BAB III METODE PENELITIAN**

Pada Bab III terdapat tahapan – tahapan atau langkah – langkah, metode yang digunakan pada setiap langkahnya, dan *output* yang dihasilkan pada setiap tahapannya dalam melakukan penelitian dan pengolahan data mulai dari tahap awal hingga akhir yang tergambar dalam *flowchart*. Tahap awal dengan metode studi literatur penelitian sebelumnya menghasilkan teori yang mendukung penelitian, tahap kedua melakukan identifikasi dan analisis variabel apa saja yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha mendorong UMKM untuk mandiri dan kemudian mencari variabel yang memiliki pengaruh signifikan, tahap ketiga adalah perancangan strategi pengembangan usaha mendorong UMKM untuk mandiri dengan menggunakan metode analisis SWOT.

#### 1.5.4 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV membahas dan menganalisis hasil dari pengolahan data sebelumnya hingga menghasilkan luaran berupa variabel-variabel apa saja yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha mendorong UMKM untuk mandiri, variabel yang memiliki pengaruh paling signifikan, dan strategi seperti apa yang harus dirancang agar pengembangan usaha mendorong UMKM untuk mandiri dapat maksimal dan sesuai dengan yang diharapkan.

#### 1.5.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V berisi tentang kesimpulan berdasarkan tujuan dan analisis hasil dan pembahasan dan terdapat pula saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.