

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) secara umum berarti usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang No 20 Tahun 2008 membedakan tiga jenis usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha besar. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.

Dunia usaha di Indonesia sebagian besar diminati oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Definisi dari UMKM sendiri dapat dilihat dari aset dan omzet suatu usaha. Dari tahun ke tahun, jumlah total unit UMKM di Indonesia maupun PDB-nya terus bertambah. Dalam jangka lima tahun terakhir, kontribusi UMKM di Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,8% menjadi 61%. UMKM di Indonesia dapat bertahan di tengah krisis ekonomi karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal usaha atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing sehingga ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah paling berpotensi mengalami imbas krisis. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha

produktif untuk mendukung perekonomian secara makro dan mikro di Indonesia serta mempengaruhi sektor-sektor lain agar turut berkembang.

Pada saat ini UMKM menjadi salah satu jenis usaha paling terdampak di masa pandemi. Adapun masalah UMKM yang dialami selama pandemi COVID-19, yakni permasalahan tenaga kerja akibat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), kesulitan bahan baku, hambatan distribusi produk serta banyaknya konsumen yang berubah konsumsinya dari *offline* menjadi *online*. Peralihan ini dapat membantu UMKM mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

UMKM yang banyak terdapat di Indonesia ini juga menghadapi masalah sehubungan dengan keuangan atau pembiayaan usahanya. Penjualan UMKM ini tidak menentu dan produk yang dijual juga sering tidak berinovasi menjadi masalah bagi usahanya dapat mengakibatkan permintaan menurun. Pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 menghadapi lima masalah yaitu keuangan, SDM dan manajemennya, inovasi dan teknologi, pasar dan bahan baku dan institusi. Masalah UMKM ini dapat mengakibatkan penjualan menjadi rendah sehingga laba bersih yang diperolehnya juga menurun.

Adapun saat ini perkembangan usaha mikro dan usaha kecil di Kota Medan dan sekitarnya semakin banyak. Pertumbuhan usaha kecil semakin banyak ini terutama UMKM makanan dan minuman. Banyaknya UMKM yang terdapat di Kota Medan ini paling diminati masyarakat Kota Medan sebagai camilan adalah tahu goreng. Tahu termasuk makanan yang dibuat dari endapan perasan biji kedelai yang mengalami kongulasi. Tahu ini telah mengalami indigenisasi di Kota

Medan sehingga muncul berbagai varian tahu seperti tampilan luar tahu yang berwarna putih maupu kuning. Kebutuhan masyarakat Kota Medan akan konsumsi tahu ini semakin meningkat sehingga tercipta satu ide untuk membuat usaha tahu.

Usaha tahu di Kota Medan sangat banyak dimulai dari tahu goreng, tahu sumedang, tahu *crispy* dan tahu balik. Masyarakat Kota Medan sangat menyukai tahu sebagai camilan dimana tahu rasanya enak, lezat dan *crispy* digoreng dengan dilumuri tepung. Salah satu UMKM tahu yang diminati masyarakat Kota Medan adalah Tahu *Crispy* Mendes. Tahu *Crispy* Mendes termasuk salah satu olahan makanan terbuat dari bahan dasar tahu dengan ciri khas dari tahu *crispy* yang memiliki tekstur luar yang renyah dan kaku. Tahu *crispy* ini menjadi incaran masyarakat Kota Medan menjadikan tahu *crispy* sebagai makanan ringan siap dikonsumsi.

Banyak pelaku usaha tahu di Kota Medan yang bersaing dalam merebut konsumen. Salah satu pelaku usaha tahu menjadi pilihan dalam penelitian ini adalah Usaha Tahu *Crispy* Mendes. Pemilik Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan ini membutuhkan modal tidak begitu besar untuk menjual Tahu *Crispy* Mendes. Pemilik Tahu *Crispy* Mendes mengeluarkan sejumlah modal untuk memperoleh laba dari penjualannya. Penjualan Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan turun di tahun 2021. Penjualan turun terjadi diakibatkan banyak UMKM tahu lainnya menjadi pesaingnya. Tahu *Crispy* Mendes diproduksi tidak berlebihan tetapi perkiraan sesuai permintaan konsumen. Tahu ini digoreng beberapa buah dipajang di stelingnya dan ada konsumen beli baru di goreng tahunya supaya lebih *crispy*.

Adapun data penjualan Usaha Tahu Mendes *Crispy* di tahun 2019-2021 disajikan sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Usaha Tahu *Crispy* Mendes
Periode 2019-2021

No	Tahun	Penjualan (Rupiah)
1	2019	73.355.000
2	2020	65.950.000
3	2021	62.500.000

Sumber : Data Penjualan Tahu *Crispy* Mendes 2019-2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan Usaha Tahu *Crispy* Mendes di tahun 2019-2021 yang mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan di tahun 2020 cukup drastis diakibatkan adanya usaha ini ditutup dengan adanya pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat di seluruh wilayah Kota Medan pada masa pandemi *Covid-19*. Penjualan di tahun 2021 juga menurun daripada tahun 2020. Hal ini terjadi mungkin belum adanya inovasi rasa Tahu *Crispy* Mendes.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha Tahu *Crispy* Mendes adalah Karakteristik Wirausaha. Karakteristik Wirausaha ini merupakan sifat dan keterampilan yang dimiliki pengusaha yang membangun kompetensi guna dibutuhkan untuk kesuksesan usaha. Fenomena karakteristik pelaku Tahu *Crispy* Mendes Medan tidak optimis pada usahanya, hal ini dapat dilihat pelaku usaha ini sering tidak percaya diri dalam menghadapi persaingan tahu lainnya. Selain itu, pemilik Tahu *Crispy* Mendes tersebut cenderung takut untuk mengambil risiko dalam usahanya seperti tidak menyediakan stok Tahu *Crispy* Mendes terlebih dahulu dan melakukan pengorengan pada saat ada

konsumen yang membeli tahu tersebut. Hal ini terjadi diakibatkan takut tahu yang telah digoreng itu tidak *crispy* dan tidak laku mengakibatkan kerugian.

Di balik persaingan yang ketat pelaku Usaha Tahu *Crispy* Mendes kurang kreatif dan inovatif dalam menjual produknya khususnya Tahu *Crispy* Mendes yang dijualnya dengan rasa original. Kemudian kurangnya inovasi dalam menghasilkan berbagai varian rasa Tahu *Crispy* Mendes ini dari tahun 2020 ke tahun 2021. Pelaku usaha ini hanya menjual Tahu *Crispy* Mendes rasa original dan rasa lain tidak ada dijualnya sehingga sebagian konsumen yang senang dengan varian baru produk ini beralih ke tahu pesaing. Hal ini menunjukkan ketidakmampuan pelaku usaha ini untuk menciptakan produk baru dan tidak adanya keinginan untuk mencoba sesuatu tahu yang rasanya berbeda.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada mendorong peneliti membahasnya lebih mendalam mengenai **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir keberhasilan usaha dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Diduga pelaku Tahu *Crispy* Mendes Medan tidak optimis pada usahanya, hal ini dapat dilihat sering tidak percaya diri dalam menghadapi persaingan tahu lainnya.

2. Diduga para pelaku Usaha Tahu *Crispy* Mendes kurang kreatif dan inovatif dalam menjual produknya khususnya Tahu *Crispy* Mendes yang dijualnya dengan rasa original

1.3 Batasan Masalah

Keterbatasan dana dan waktu yang dimiliki peneliti sehingga penelitian ini hanya ditujukan pada pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu Mendes *Crispy* Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah ada pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan?
2. Apakah ada pengaruh Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan?
3. Apakah ada pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang valid mengenai pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Tahu *Crispy* Mendes Medan.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah bahan referensi atau informasi bagi penelitian yang serupa untuk dijadikan sebagai penambahan wawasan atau pemahaman peneliti di masa yang akan datang.