

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002).

Usaha Mikro, Kecil dan 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. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997-1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh (Rijanto, 2015).

Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1997 dapat dipandang sebagai media penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional. Selain sebagai salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru, UMKM

berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur, selain itu mereka juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial (Budi, 2011).

Depdikbud (2013) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju adalah ketika jumlah wirausahawan yang terdapat di negara tersebut berjumlah 2% dari populasi penduduknya. Saat ini, jumlah wirausaha yang terdapat di Indonesia mencapai 400 ribu jiwa atau kurang dari 1% populasi penduduk Indonesia yang berkisar 250 juta jiwa. Kondisi ini sangat berbanding terbalik dengan yang terjadi di Amerika Serikat misalnya yang memiliki jumlah wirausaha sebesar 11,5% dari populasi penduduknya atau negara tetangga yaitu Singapura dengan 7,2% warganya bekerja sebagai wirausaha. Efeknya tidak mengherankan bila kedua negara tersebut menjadi salah satu negara dengan perkembangan ekonomi termaju di dunia.

Kewirausahaan mempunyai peran yang sangat penting terutama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Melalui berwirausaha, seseorang mampu menemukan inovasi dan gagasan baru dalam mengelola sumber daya alam yang tersedia (Darwanto, 2011).

Orang yang memiliki jiwa kewirausahaan memiliki ciri antara lain mempunyai visi yang jelas, kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang, mampu berorientasi pada kepuasan konsumen, keuntungan finansial, berani menanggung resiko, berjiwa kompetisi secara sehat dan adil, cepat, tanggap dan gerak cepat dan terakhir seorang wirausaha harus memiliki jiwa sosial. Kreativitas individu dalam berwirausaha penting untuk diperhatikan, sebab kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya (Depdikbud, 2015).

Diperjelas oleh Supardi (2004) bahwa dalam mengelola usaha, keberhasilan seorang wirausaha terletak pada sikap dan kemampuan berusaha, serta memiliki semangat atau motivasi kerja yang tinggi. Seorang wirausaha memerlukan kreativitas dan rasa percaya pada diri sendiri untuk maju dalam berwirausaha. Seorang Wirausaha yang kreatif dapat menciptakan hal-hal yang baru untuk mengembangkan usahanya. Kreativitas dapat menyalurkan inspirasi terhadap gagasan-gagasan baru untuk kemajuan dalam bidang usahanya. Dalam hubungan ini, berpikir kreatifnya seorang wirausaha dapat merombak dan kemudian mendorongnya dalam pengembangan lingkungan menjadi berhasil.

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Menurut Yulianti (2010) motivasi berwirausaha adalah

dorongan atau usaha dari dalam diri individu untuk menciptakan kegiatan dengan melihat adanya peluang tersebut dengan melakukan suatu kegiatan yang inovatif, antisipatif, inisiatif, dan pengambil risiko serta berorientasi kepada laba atau keuntungan.

Wawancara dengan MF laki-laki 35 tahun bekerja sebagai pedagang bakso di depan kampus UMK pada hari Sabtu, 5 Agustus 2017. MF menyatakan bahwa tidak ada niatan untuk berwirausaha, Ia berjualan bakso terpaksa hanya untuk mencari kesibukan sebelum mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keinginannya sebagai karyawan perusahaan. Keluarga juga kurang mendukung dalam berwirausaha jualan bakso tersebut. Orangtua khawatir dalam berjualan bakso tidak laku, sehingga akan merugi. Ketika memulai usahanya MF mengalami banyak kendala, seperti sepi pembeli, cuaca yang kurang mendukung, dan rasa capai berkeliling kampung menjajakan baksonya membuat MF patah semangat dan malas untuk meneruskan berjualan bakso.

Wawancara dengan ibu S perempuan 37 tahun penjual warung nasi pada hari Sabtu, 5 Agustus 2017. S menyatakan bahwa keinginan untuk berjualan sangat besar. Hal ini karena dalam berjualan nasi sudah turun temurun dari orang tuanya, sehingga ketika akan berjualan sudah memiliki seluk beluk berjualan nasi yang diperoleh dari orang tuanya. Berbekal dari pengalaman orang tua mendorong S untuk berjualan nasi di lingkungan kampus UMK. Dalam berjualan nasi subyek mendapat dukungan modal, petunjuk-petunjuk cara berjualan nasi, dan perhatian dari orang tua. Dukungan lainnya dari teman-teman berupa pemberian informasi terkait dengan lokasi berjualan. Dukungan dari keluarga berupa perhatian dan

empati untuk terus maju. Ketika mengalami kesulitan dalam berdagang seperti meroketnya bahan sembako, ibu S tidak panik dengan menaikkan harga jualannya. Ibu S tidak ingin pelanggan meninggalkannya, maka untuk mengatasi permasalahan tersebut ibu S mengurangi porsi jualannya.

Wawancara dengan JS laki-laki 35 tahun, jasa rental komputer dan foto copy pada hari Sabtu, 5 Agustus 2017. JS memulai usaha rental komputer, pengetikan komputer, dan foto kopi karena untuk memenuhi ekonomi keluarga, setelah mendapat PHK dari perusahaan akibat krisis moneter beberapa tahun yang lalu. Keinginan dalam membuka usaha tersebut, hanya sekedar mengisi waktu pada saat menganggur selepas di PHK, karena masih ada harapan untuk dapat kembali bekerja di perusahaan lebih kuat dibandingkan mengembangkan usaha jasa rental komputer dan foto kopi. JS menyatakan bahwa dukungan keluarga yaitu isteri dan anak-anak sangat kurang, mereka khawatir dengan usaha foto kopi, pengetikan dan rental komputer tidak dapat memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Menurut JS dalam menjalankan usaha foto kopi, pengetikan dan rental komputer seringkali menghadapi kendala seperti komputer sering terkena virus yang mengakibatkan program rusak dan data hilang. Kejadian tersebut membuat JS patah semangat mengembangkan usahanya.

Menurut Gerry *et al.*, (2008) salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi kewirausahaan adalah dukungan sosial (*social support*). Effendi dan Tjahyono (Alsa dkk, 2006) mengungkapkan bahwa dukungan sosial adalah transaksi interpersonal yang diajukan dengan memberikan bantuan kepada individu lain dan bantuan itu diperoleh dari orang yang berarti bagi individu yang

bersangkutan. Sheridan dan Radhmacer (1992) menyatakan bahwa dukungan sosial sebagai sumber daya yang disediakan lewat interaksi dengan orang lain.

Gottlieb (1983) menyatakan bahwa bentuk perilaku dukungan sosial terdiri dari informasi dan nasehat verbal dan non verbal, bantuan nyata, atau tindakan yang diberikan oleh keakraban sosial atau didapat karena kehadiran mereka dan mempunyai manfaat emosional atau efek perilaku bagi pihak penerima.

Sarason (Hartanti, 2002) dukungan sosial sebagai suatu keadaan yang bermanfaat bagi individu, yang diperoleh dari orang lain yang dapat dipercaya, dari interaksi ini individu menjadi tahu bahwa orang lain memperhatikan, menghargai dan mencintai dirinya. Dukungan sosial diharapkan mampu menunjang seseorang melalui tindakan yang bersifat membantu dengan melibatkan emosi, pemberian informasi, bantuan materi dan penilaian positif pada individu atas usaha yang telah dilakukannya. Dukungan sosial inilah nanti yang diharapkan membantu individu memiliki motivasi yang tinggi untuk keberhasilan usaha yang dilakukan.

Menurut Alma (2007) dukungan sosial berupa dorongan teman cukup berpengaruh terhadap semangat berwirausaha, karena kita dapat berdiskusi dengan bebas, dibandingkan orang lain, teman biasa memberi dorongan, pengertian, bahkan bantuan, tidak perlu takut terhadap kritikan, disamping ini ada lagi faktor sosial lainnya yang berpengaruh. Selain itu menurut Leon et al., (2007) dukungan sosial merupakan kepercayaan dan ekspektasi seseorang bahwa ia akan mendapatkan dukungan untuk memulai sebuah bisnis baru dari kerabat dekat

“*belonging group*” (orangtua, saudara kandung dan pasangannya) dan dari kelompok “*reference*” seperti teman maupun kolega.

Didukung penelitian yang dilakukan oleh Dhania (2012) dalam jurnal penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Kepercayaan Diri dan Dukungan Orang Tua dengan Motivasi Berwirausaha Pada Siswa SMK”. Hasil analisis data menggunakan analisis regresi diperoleh koefisien regresi dari ketiga variabel sebesar 0,481 ($p < 0,01$), ini berarti ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dan dukungan orangtua dengan motivasi berwirausaha pada siswa SMK.

Penelitian oleh Azwar (2012) dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (*entrepreneurial intention*)”. Hasil yang diperoleh dari kajian ini adalah, faktor-faktor kontekstual yaitu, dukungan sosial (*social support*), terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap niat kewirausahaan mahasiswa.

Faktor lain yang dapat memunculkan motivasi berwirausaha pada diri seseorang dikenal dengan istilah *adversity quotient* atau yang biasa disingkat AQ (Stolz, 2000). Wardiana, Wiarta, dan Zulaikha (2014) menyatakan *adversity quotient* merupakan salah satu kecerdasan yang dimiliki seseorang dalam mengatasi kesulitan dan merupakan sikap yang menunjukkan kemampuan orang untuk bisa mengatasi segala kesulitan serta hambatan saat seseorang mengalami kegagalan. Menurut Romli (2013) *adversity quotient* mampu memprediksi seseorang atau individu pada tampilan motivasi, pemberdayaan, kreativitas, produktivitas, pembelajaran, energi, harapan, kegembiraan, vitalitas dan

kesenangan, kesehatan mental, kesehatan jasmani, daya tahan, fleksibilitas, perbaikan sikap, daya hidup dan respon terhadap perubahan.

Lasmono (Sunarya, Sudaryono, & Saefullah, 2011) mengungkapkan bahwa dalam bisnis ataupun karier tidak cukup hanya mengandalkan *intelligence quotient* dan *emotional quotient* saja namun diperlukan *adversity quotient*. Menurut Fahmi (2008) bahwa orang-orang yang memiliki *adversity quotient* merupakan orang-orang yang memiliki motivasi tinggi pada dirinya. Maka dari itu, perlunya *adversity quotient* dalam diri seseorang untuk memunculkan motivasi mereka dalam berwirausaha sehingga dapat mengubah kendala menjadi peluang untuk meraih kesuksesan.

Didukung penelitian oleh Hidayat (2015) yang berjudul “Gambaran *adversity quotient* Pada Wirasuhawan Melayu di Bidang Kuliner”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *adversity quotient* sangat dibutuhkan bagi seseorang untuk menunjukkan seberapa kemampuan atau seberapa tangguh seseorang dalam menghadapi masalah seperti wirausahawan.

Penelitian oleh Indrawati (2016) yang berjudul “Hubungan *Adversity Quotient* dengan motivasi berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Udayana Yang Mengikuti Program Mahasiswa Wirausaha”. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara variabel *adversity quotient* dengan variabel motivasi berwirausaha, semakin tinggi *adversity quotient* seseorang, maka semakin tinggi pula motivasi berusaha seseorang.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas maka penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai hubungan antara dukungan sosial dan *adversity quotient* dengan motivasi berwirausaha pada pelaku UMKM di Kecamatan Bae, Kudus.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris hubungan antara dukungan sosial dan *Adversity Quotient* dengan motivasi berwirausaha pada pelaku UMKM di Kecamatan Bae, Kudus.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran guna menunjang ilmu psikologi industri berkaitan dengan hubungan antara dukungan sosial dan *adversity quotient* terhadap motivasi berwirausaha pada pelaku UMKM di Kecamatan Bae, Kudus.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi wirausaha UMKM, hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang hubungan antara dukungan sosial dan *adversity quotient* dengan motivasi berwirausaha.

b. Bagi peneliti lain, sebagai masukan dalam melakukan penelitian lain dengan lebih menyempurnakan sisi metodologinya dengan menambah atau mengganti dengan variabel lain yang mempengaruhi motivasi berwirausaha pelaku UMKM.