

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bisnis yang memiliki peranan penting dalam memperbaiki perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan Negara Indonesia, khususnya saat ini yang mana Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

Di era yang serba krisis moneter dan ekonomi seperti sekarang ini, tentunya Usaha Kecil Menengah (UKM) sendiri mempunyai peranan yang besar dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan langsung dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan sebagai motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha dalam menekan angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM sering diartikan sebagai salah satu indikator keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki *income* perkapita yang rendah (Primiana, 2009).

Dalam beberapa tahun terakhir ini, tren mengenai UKM secara bertahap semakin meningkat di seluruh dunia. Sebagian besar pengusaha UKM ingin terlibat dalam jenis usaha ini karena *start-up* untuk memulai bisnis UKM ini dapat didasarkan pada investasi yang relatif kecil. Salah satu hal yang menunjukkan

tingginya minat para pengusaha ingin berkontribusi dalam bisnis UKM ini ialah meningkatnya usaha UKM di setiap daerah, baik di tingkat kabupaten maupun provinsi, salah satunya seperti yang terjadi pada Provinsi Aceh, yang mana di Provinsi Aceh sendiri terus mengalami pertumbuhan dan peningkatan dalam bidang UMKM sebagaimana perolehan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh yang menunjukkan bahwa jumlah UMKM di wilayah Provinsi Aceh saat ini sudah mencapai 74.810 UMKM. Berikut data jumlah UMKM di Provinsi Aceh dalam beberapa tahun terakhir:

**Tabel: 1.1**  
**Jumlah UMKM Provinsi Aceh**

<b>Kabupaten</b>	<b>Jumlah</b>
Aceh Selatan	3.251
Aceh Tenggara	1.245
Aceh Timur	5.891
Aceh Tengah	2.719
Aceh Barat	2.011
Aceh Besar	4.456
Pidie	1.545
Aceh Utara	3.660
Simeulue	2.088
Aceh Singkil	1.474
Bireun	6.998
Aceh BaratDaya	2.262
GayoLues	996
Aceh Jaya	1.212
Nagan Raya	6.451
Tamiang	2.948
BenerMeriah	1.011
Pidie Jaya	5.579
Banda Aceh	9.591
Sabang	2.171
Lhokseumawe	2.354
Langsa	3.579
Subulussalam	1.318
<b>Total</b>	<b>74.810</b>

Sumber: Dokumentasi Dinas Koperasi Dan UMKM Aceh Tahun 2020

Tingginya perkembangan UMKM ini tidak hanya terjadi di tingkat Provinsi Aceh saja, namun hampir seluruh kabupaten di Provinsi Aceh sendiri terus terjadinya pertumbuhan dan peningkatan jumlah UMKM, salah satunya di Kabupaten Aceh Utara yang mana perkembangan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Usaha Kecil Menengah (UKM) terus bertambah secara drastis setiap tahunnya.

Berikut ini gambaran jumlah unit UMKM yang telah berkembang di Kabupaten Aceh Utara:

**Tabel: 1.2**  
**Jumlah UMKM Kabupaten Aceh**

No	Nama Kabupaten	Tahun	Jumlah
1	Aceh Utara	2016	3.660
2	Aceh Utara	2017	4.491
3	Aceh Utara	2018	10.919
4	Aceh Utara	2019	11.258
5	Aceh Utara	2020	5.392

Sumber: Dokumentasi Dinas Koperasi Dan UMKM Aceh Tahun 2020

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwasanya Aceh Utara merupakan salah satu kabupaten yang terus mengalami peningkatan dalam industri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama 4 (empat) tahun terakhir yaitu dari tahun 2016-2019.

Namun meskipun pesatnya pertumbuhan usaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di setiap kabupaten terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya, namun hal tersebut tentunya tidak bisa menjamin pula tingginya keberhasilan dan pertumbuhan usaha Usaha Mikro Kecil Menengah di seluruh tingkat Kecamatan Aceh Utara sendiri, dan bahkan di beberapa kecamatan terjadinya penurunan usaha yaitu seperti yang terjadi di salah satu kecamatan

yaitu Kecamatan Tanah Luas.

Namun dalam penelitian ini, peneliti membatasi penelitian yang akan diteliti dengan berfokus pada Usaha Kecil Menengah (UKM) saja, dikarenakan untuk meminimalisir ruang lingkup penelitian dan banyaknya jumlah usaha, khususnya terkait usaha mikro.

Berikut ini data jumlah Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Tanah Luas:

**Tabel: 1.3**  
**Jumlah UMKM Kecamatan Tanah Luas**

TAHUN	Jenis Usaha		Jumlah
	Kecil	Menengah	
2017	181	26	207
2018	193	31	224
2019	190	28	218
2020	190	28	218

Sumber: Kantor UMKM Lhokseumawe 2021

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa selama 3 tahun terakhir, yaitu dimulai dari tahun 2018-2020 terjadinya penurunan yang signifikan yaitu pada tahun 2018 ada sebanyak 224 usaha UKM, penurunan tersebut terus terjadi terus terjadi sampai di penghujung tahun 2020 yang tersisa hanya 218 UKM yang masih beroperasi. Banyak para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas yang harus menutup usaha karena berbagai faktor penghambat yang tidak bisa diatasi sehingga lambat laun para pelaku usaha UKM harus memilih menutup usaha mereka karena tidak mampu mempertahankan lagi bisnis mereka dalam jangka panjang dan bahkan beberapa dari mereka harus mengalami kegagalan bisnis meskipun baru di tahap awal-awal usaha.

Salah satu faktor penyebab terjadinya penurunan pada keberhasilan usaha UKM di Kecamatan Tanah Luas ialah yang pertama, dikarenakan kurangnya

perencanaan strategi bisnis di kalangan para usaha UKM di Kecamatan Tanah Luas, yang mana mereka tidak terlalu menganggap penting perencanaan strategi dalam menjalankan sebuah usaha apalagi kebanyakan dari mereka lebih sering mengabaikan hal-hal yang terkait dengan perencanaan strategi karena menganggap usaha yang mereka jalankan masih berbasis usaha kecil.

Padahal perencanaan strategi merupakan salah satu contoh sistem pengelolaan usaha untuk meningkatkan kinerja organisasi dan mencapai kesuksesan bisnis tanpa melihat besar atau kecilnya skala usaha yang dijalankan. Hal ini didukung dengan pendapat Karel, Adam & Radomir (2013) yang menyatakan bahwa “meskipun kebanyakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang beroperasi dalam skala kecil, bukan berarti para pelaku UKM bisa mengabaikan pentingnya perencanaan strategis dalam sebuah usaha atau organisasi”.

Selain itu, kegagalan dalam aspek kepribadian wirausaha dan juga strategi pemasaran juga menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya kegagalan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas yang mana dalam menjalankan usaha, kebanyakan dari mereka tidak sepenuhnya menerapkan prinsip dan karakter-karakter dari kepribadian layaknya seorang wirausaha yang siap menghadapi berbagai resiko dan terus berorientasi dengan tugas dan hasil serta selalu bersikap kritis dalam berbagai keadaan serta terus berorientasi ke masa depan, namun bahkan sebaliknya beberapa dari pemilik usaha disana memulai usaha dengan menyepelekan pentingnya memiliki jiwa *entrepreneur* yang tinggi. Karena *entrepreneur* sendiri merupakan salah seorang yang memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang, mengumpulkan

sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang-peluang yang ada sehingga dapat membantu membentuk keberhasilan suatu usaha.

Begitupula dengan strategi pemasaran yang merupakan suatu pendekatan pokok yang digunakan oleh para pelaku bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu yang didalamnya tercantum keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan (Philip Kotler, 2009). Dan tentunya dalam menentukan strategi pemasaran, para pelaku usaha harus dengan penuh pertimbangan, hal ini didukung dengan pendapat Adams (2017), yang menyatakan bahwa “Bagi para pelaku usaha/perusahaan dalam memilih atau menentukan strategi pemasaran yang tepat yang akan dijalankan untuk bisnis usaha, mereka tentunya harus berupaya cenderung hati-hati dan juga harus memikirkan bagaimana strategi tersebut terhadap kinerja dan keberhasilan bisnis secara efektif”. Selain itu, dalam meningkatkan keberhasilan usaha, perusahaan kecil dan menengah perlu mengevaluasi strategi pemasaran kompetitif mereka dan menggabungkan inovasi baik di tingkat organisasi maupun dalam aktivitas mereka (Mariyudi, 2019). Ketiga aspek/unsur tersebut didukung pula dengan pernyataan Zimmerer dalam Suryana (2006, hlm. 68) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan keberhasilan wirausaha dalam menjalankan usaha, yaitu: tingginya pengetahuan atau pengalaman baik dalam segi kemampuan mengkoordinasikan strategi pemasaran dan menintegrasikan

operasi suatu perusahaan, memiliki perencanaan strategis bisnis yang efektif, memiliki jiwa entrepreneur /sikap wirausaha yang memadai.

Sehingga jika faktor-faktor tersebut tidak diterapkan dan dikelola secara efektif dalam suatu usaha, tentunya akan semakin menghambat terjadinya pertumbuhan keberhasilan usaha UKM di Kecamatan Tanah Luas dan bahkan kemungkinan akan menutup beberapa usaha UKM disetiap tahunnya. Jika hal tersebut terus-terusan terjadi tentunya akan berakibat negatif terhadap UKM yang masih ada di daerah tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha di suatu daerah dan faktor apa saja yang harus diterapkan oleh para pemilik usaha agar dapat meningkatkan pertumbuhan dan keberhasilan usaha yang sedang ditekuni. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Aceh (Studi Kasus Di Kecamatan Tanah Luas)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kepribadian wirausaha terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas?
2. Bagaimana pengaruh perencanaan strategis terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas?

3. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas?
4. Bagaimana pengaruh kepribadian wirausaha, perencanaan strategis, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian pengusaha terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas.
2. Untuk mengetahui pengaruh Perencanaan strategis terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian wirausaha, perencanaan strategis, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian ilmiah tentunya dapat bermanfaat baik secara akademis maupun secara praktis. Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

## **1. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Pelaku Usaha**

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil langkah-langkah di masa yang akan datang dalam meningkatkan keberhasilan usaha bisnis UKM agar tujuan para pelaku usaha dapat tercapai dan juga sebagai evaluasi tambahan dalam memahami hubungan kepribadian pengusaha, perencanaan strategis dan juga strategi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kecamatan Tanah Luas.

### **b. Bagi Penulis**

Sebagai tambahan pengetahuan dalam memperluas wawasan khususnya tentang pengaruh kepribadian pengusaha, perencanaan strategis dan juga strategi pemasaran yang efektif terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) .

## **2. Manfaat Teoritis**

a. Sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) mengenai pengaruh kepribadian pengusaha terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas.

b. Untuk mengetahui pengaruh perencanaan strategis terhadap keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kecamatan Tanah Luas