

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM secara terus menerus mengalami perkembangan, dengan ditandai semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk yang beraneka ragam yang inovatif serta kreatif dengan kondisi seperti ini bukan hal yang tidak mungkin bahwa UMKM menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan pasar mengenai produk-produk baru yang belum bisa dihasilkan oleh perusahaan yang berskala besar bagi satuan Usaha Mikro Kecil Menengah tidak hanya kondisi perusahaan saja yang menjadikan UMKM yang terus mengalami perkembangan melainkan kemampuan dan keunggulan dalam berkeaktivitas yang diutamakan. “Oleh karena itu pelaku bisnis dituntut secara kontinyu mentransformasi dan mengembangkan seluruh kemampuan yang ada pada dirinya, dengan mengimplementasikan jiwa wirausahanya melalui aspek manajemen internal perusahaan agar selalu relevan mengikuti perubahan lingkungan dan situasi persaingan” (Suryana dan Bayu, 2019:6).

Ketatnya persaingan UMKM di Indonesia menuntut usaha mikro kecil dan menengah untuk selalu menjadi yang terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Upaya menjalankan strategi usaha yang semakin kompetitif seorang pengusaha diharapkan terus menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaingnya informasi mengenai

kegiatan pesaing setiap saat harus didapat dan di analisis informasi ini dapat dicari melalui berbagai cara baik melalui intelijen pemasaran maupun dari sumber informasi lainnya. Inti dari daya saing yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah kemampuannya dalam menciptakan dan merebut peluang (pasar) baru yang bermunculan di masyarakat (Noor, 2019:403)

Keberhasilan usaha merupakan fase implementasi yang mendorong berhasilnya suatu usaha dimana pada fase ini dipengaruhi oleh pribadi, organisasi, dan lingkungan. Faktor pribadi yang mempengaruhi terdiri atas visi, komitmen, manajer, pemimpin, dan kewirausahaan., Faktor organisasi yang mempengaruhi pertumbuhan kewirausahaan meliputi: kelompok, strategi, struktur, budaya, dan produk. Sementara itu, faktor yang mempengaruhi yang berasal dari lingkungan terdiri atas: pesaing, pelanggan, pemasok, dan investor, orang yang berhasil dalam kewirausahaan adalah orang yang dapat membangun nilai, sifat utama (pola sikap), dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pelanggan, dan keterampilan praktis. Keberhasilan usaha juga bisa dipengaruhi oleh kreativitas Jadi, pedoman, pengharapan, dan nilai, baik yang berasal dari pribadi maupun kelompok, berpengaruh untuk membentuk keberhasilan usaha (Suryana, 2013:102).

Rusdiana (2018:57) mengatakan salah satu faktor kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha, motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai wirausahawan apa bila seseorang memiliki keyakinan bahwa bisnis yang akan digelutinya itu sangat

bermakna bagi hidupnya, ia akan berjuang lebih keras untuk sukses. Motivasi dipandang sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan, dalam motivasi terkandung adanya keinginan yang mengaktifkan, menggerakkan, menyalurkan dan mengarahkan sikap dan perilaku individu, motivasi sangat diperlukan dalam melakukan aktivitas. Karena dengan motivasi diharapkan dapat mencapai hasil yang memuaskan atau hasil yang seoptimal mungkin.

Karakter secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*kasairo*" berarti "cetak biru," "format dasar," "sidik" seperti sidik jari. Dalam hal ini, karakter adalah *given* atau sesuatu yang sudah ada. Akan tetapi, istilah karakter sebenarnya menimbulkan ambiguitas. Mounier dalam Rusdiana (2019: 117) mengajukan dua cara interpretasi. Ia melihat karakter sebagai dua hal. *Pertama*, sebagai sekumpulan kondisi yang telah memberikan atau telah ada dalam diri kita. Karakter ini dianggap sesuatu yang telah ada atau kodrat (*given*). *Kedua*, karakter juga dapat di pahami sebagai tingkat kekuatan melalui cara seorang individu mampu menguasai kondisi tersebut. Karakter ini disebut sebagai proses yang di kehendaki. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha cafe di baturaja adalah karakteristik wirausaha. Fenomena yang terjadi pada pelaku usaha cafe di Baturaja adalah para pengusaha belum bisa menerapkan manajemen modern penuh inovasi dan strategi serta kurang bisa membaca peluang. Sampai saat ini penjualan usaha cafe umumnya menggunakan cara yang biasa hanya mengandalkan pada satu produk saja dikarenakan mereka tidak memiliki inovasi dan kreativitas sehingga jenis produk yang mereka jual terbatas

bila satu produk sudah tidak laku di pasar tentu penjual akan berkurang kendala eksternal yang dirasakan oleh para pengusaha cafe yaitu persaingan usaha. Saat ini, banyak berdiri cafe yang memiliki inovasi-inovasi dan kreativitas yang lebih menarik dan mudah di dapatkan. Adapun ilustrasi cafe yang biasa menjadi inspirasi seperti :1. Ilustrasi Cafe Almond Tree Pakuwon 2. Ilustrasi Cafe Almond Tree Pakuwon Octopus 3. Ilustrasi Cafe Martabak Kombes. 4. Ilustrasi Cafe Warkop Soerabi. 5. Ilustrasi Cafe Gelato Ice Cream.

Keberadaan usaha kecil menengah memang memberikan kontribusi dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang dilakukan UMKM ini bukan berarti tanpa kendala. Saat ini perkembangan industri kecil dan menengah marak bermunculan namun sulit berkembang. Beberapa industri hampir lenyap dan tidak mampu bersaing dengan usaha besar. Kemampuan daya saing masyarakat dalam tuntutan globalisasi membuka peluang bagi dunia usaha untuk tumbuh menjadi semakin berkualitas dengan efisiensi dan kompetitif kemampuan pengusaha dalam pengembangan pilihan strategi di bidang manajemen pemasaran mampu menciptakan produk baru dan persaingan produk dengan produk lainya dengan mengembangkan produk yang sudah ada menjadi luar biasa. Dalam hal ini meningkatkan kualitasnya, mempengaruhi bentuknya, atau mempercantik kemasan produknya

Kota Baturaja merupakan Kota yang secara keseluruhan mempunyai usaha Cafe dan salah satu daerah yang mengembangkan UMKM meskipun disadari usahanya terkadang naik turun sehingga untuk menentukan kemampuan bersaing mereka tentunya untuk terus mengikuti perkembangan dengan cara melalui

perkembangan kreativitas, Awalnya cafe adalah berkaitan dengan tempat ngopi, pecinta kopi di Indonesia yang semakin banyak membuat para pembisnis merasa ada peluang dibidang bisnis cafe. Seiring berjalanya waktu, cafe tidak dikenal sebagai tempat ngopi saja. Ini dikarenakan gaya masyarakat yang kian berubah. Harus kita sadari bahwa acara nongkrong di cafe menjadi ajang bertemu sapa dengan kolega, teman, arisan, reuni, dan bahkan meeting. Dengan menu pendamping yakni aneka makanan ringan seperti puding, kue, dan bermacam-macam roti yang menemani suasana santai.

Kopi memiliki banyak variasi dan perpaduan, mulai dengan coklat susu, crimer, es, dan gula. Batasan atau Kreteria Cafe : 1.Hadirkan Nuansa Yang Nyaman, diakui atau tidak, Cafe yang punya gaya ala kedai kopi memiliki lebih banyak pengunjung saat ini. Terlebih cafe yang punya ruangan cukup luas dan tidak sumpek menjadi alasan mengapa banyak milenial yang suka mengunjungi tempat ini. 2. Punya Desain Yang estetik, Desain cafe yang estetik, membuat tempat ini menjadi sangat ramah bagi para milenial. Seperti yang diketahui, banyak orang memilih tempat yang estetik karena alasan utamanya sebagai tempat berpoto ria. Apa lagi di zaman sekarang, tempat estetik dipilih orang-orang untuk mengabadikan momen. 3. fasilitasnya begitu memadai, Fasilitas cafe yang memadai juga menjadi salah satu alasannya. Tentu saja hal wajar bila orang-orang nongkrong di cafe, karena cafe tersebut punya wifi yang terbilang stabil. 4. Pilihan Menyunya Variatif, Ada banyak cafe yang bergaya kedai kopi baik di daerah perkotaan besar maupun kota-kota kecil saat ini. Menariknya, cafe memiliki banyak varian menu untuk menarik pengunjung lebih banyak lagi. 5.

Memiliki Tempat atau Lokasi yang Cukup Luas, yang disebut tempat atau lokasi disini adalah tempat nongkrong karena cafe edentik dengan tempat nongkrong. 6. Memiliki Salah Satu Produk Kopi, awalnya cafe adalah berkaitan dengan tempat ngopi, pecinta kopi di indonesia yang semakin banyak membuat para pembisnis merasa ada peluang dibidang bisnis cafe.

Usaha Cafe di Baturaja yang memenuhi syarat dalam batasan atau kreteria berjumlah 24 usaha Cafe. Ada juga beberapa usaha cafe di baturaja tetapi tidak termasuk dalam kreteria di atas maka di simpulkan hanya usaha cafe yang memenuhi syarat saja yang diambil oleh peneliti.

Adanya perubahan tersebut merupakan strategi bisnis, karena semakin banyak pilihan untuk costumer, semakin luas juga pasar yang dibidik. Namun dimanapun cafe yang dikunjungi, tak lengkap jika tidak dilengkapi dengan suasana cafe yang nyaman dan mendukung untuk *berselfiria*. Cafe-cafe *instagramble* banyak dicari oleh para costumer. Maka, para pembisnis kian berlomba dalam menghias dan mendekorasi cafe sesuai dengan ciri khas masing-masing agar nampak *instagramble* dan kekinian. Industri cafe hadir untuk menghias cafe menjadi lebih asyik menjadikan suasana akan semakin santai dan menyenangkan. Usaha Cafe di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu untuk terus berupaya dan berinisiatif dan berkreaitif didalam mencapai perkembangan strategi yang efektif dan inovatif guna didalam mempertahankan serta meningkatkan usahanya. Agar usaha yang dijalankan terus berjalan dan menghasilkan keuntungan, Bisa dilihat dalam teori diatas bawa dalam usaha Cafe motivasi berwirausaha dan karakteristik kewirausahaan sangat penting dalam

sebuah usaha. Karena kurangnya motivasi dan karakteristik dalam berwirausahaan menyebabkan usaha Cafe tersebut mengalami penurunan. Berdasarkan dari fenomena yang di atas, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan UMKM Cafe di Baturaja”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apa pengaruh motivasi berwirausaha dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM Cafe di Baturaja?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM Cafe di Baturaja.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi :

- a. Bagi peneliti, penelitian ini penulis harapkan dapat menjadi pengetahuan yang kompeherensip mengenai pengaruh motivasi berwirausaha dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM Cafe di Baturaja.

- b. Bagi pengusaha Cafe di Baturaja, penelitian ini penulis harapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan mengenai pengaruh motivasi berwirausaha dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
- c. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan *referenci* untuk penelitian selanjutnya.