

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Wirausaha adalah suatu langkah untuk melakukan suatu usaha yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan hasil atau keuntungan yang diinginkan melalui beberapa cara seperti memproduksi, menjual atau menyewakan suatu produk barang atau jasa.

Dalam hal pembangunan ekonomi di Indonesia wirausaha adalah potensi pembangunan, baik dalam hal jumlah maupun dalam hal mutu. Menurut McClelland dalam Aidha (2016:43) wirausaha merupakan salah satu faktor yang menyebabkan sebuah negara menjadi maju. Majunya sebuah negara adalah ketika jumlah wirausaha yang terdapat di negara tersebut minimal 2% dari populasi penduduknya. Saat ini dilansir dari data Badan Pusat Statistik persentase jumlah wirausaha yang ada di Indonesia telah mencapai angka 3,47% yang sebelumnya hanya 1,6% pada tahun 2017. Angka ini merupakan perkembangan yang bagus dalam wirausaha Indonesia karena telah menembus batas psikologis 2% (Sindonews, 2020)

Indonesia merupakan negara yang perekonominya sedang berkembang. Peran maksimal dari para wirausaha merupakan penentu dalam pembangunan ekonomi negara Indonesia kedepannya. Saat ini, Indonesia masih harus menghadapi realitas bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih terbilang sedikit dibandingkan dengan negara tetangga Singapura (7%), Malaysia (6%) dan Thailand (5%) dan negara lainnya (Merdeka.com, 2020)

Seiring perkembangan zaman sekarang ini, mulai banyak pengusaha-pengusaha baik anak muda maupun ibu rumah tangga berinovasi mencoba menciptakan produk-produk kreatif dan inovatif untuk membangun suatu usaha agar banyak peminatnya, khususnya dalam bidang kuliner. Jajanan milenial sekarang ini sangat banyak diminati oleh kebanyakan orang, mulai dari anak-anak, remaja bahkan orang tua. Namun walaupun banyak peminatnya tak lantas membuat suatu usaha tersebut menjadi efektif apabila tidak mempunyai prospek

yang bagus. Sekarang ini sudah banyak usaha kuliner milenial dengan berbagai macam jenis produk hanya saja yang membedakannya adalah kualitas dari masing-masing produk yang ditawarkan.

Onigiri Viral Palembang yang berdiri sejak tahun 2018 ini merupakan salah satu dari sekian banyak usaha jajanan milenial yang ada di kota Palembang. Onigiri umumnya adalah nama Jepang untuk makanan berupa nasi yang dipadatkan membentuk segitiga dengan berbagai isian. Namun pada Onigiri Viral Palembang berinovasi dengan tampilan yang berbeda karena menggantikan nasi putih dengan mie goreng sebagai bahan utamanya. Alasan pemilihan mie goreng sebagai bahan utama pengganti karena mie goreng mudah beradaptasi di lidah orang Indonesia dan sebagai inovasi dalam usaha ini. Disajikan dengan banyak *variant* isian seperti sosis, baso, keju, rendang dan sambal matah dengan saus sambal, tomat dan mayonais. Cemilan praktis yang banyak dipilih oleh banyak kalangan saat ini. Selain itu juga harganya yang relatif terjangkau untuk setiap kalangan masyarakat yakni Rp 15.000/pcs nya.

Untuk penjualannya sendiri dilakukan dengan membuka *stand booth* disalah satu mall di Palembang yakni area *Little Town*, Lt. dasar OPI Mall Palembang. Usaha ini juga merupakan usaha Onigiri dengan mie goreng pertama yang berada di area tersebut, tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi Onigiri Viral Palembang karena banyak konsumen yang menjadi tertarik karena keunikan produknya. Selain membuka *outlet* tetap dimall, Onigiri Viral Palembang juga sering mengikuti *event* kuliner dengan berpartisipasi menjadi salah satu *tenant* diacara tersebut, seperti Pucuk Coolinary Festival Palembang, Palembang Street Food Festival, dan lainnya.

Dalam sebulan Onigiri Viral Palembang dengan 1 orang karyawan dapat menjual minimal 150 pcs/bulan atau lebih pada saat sebelum pandemi, sedangkan setelah pandemi sedikit mengalami penurunan yakni menjadi 100 pcs/bulan minimalnya. Dan untuk total penjualan dari *tenant* di *event* kuliner bisa mencapai 500 pcs lebih/*event*. Rata-rata pengunjung perharinya bisa 5-6 pengunjung. Dan mengenai omzet perbulan sebelum pandemi bisa mencapai 20 juta/bulan, sedangkan setelah pandemi menurun menjadi 15 juta/bulan.

Untuk berperan dalam wirausaha itu juga terdapat banyak faktor yang menjadi pendukung dalam keberlangsungan usaha tersebut baik faktor-faktor yang umum seperti faktor manusia, faktor keuangan, faktor pengalaman, dan sebagainya hingga faktor psikologis. Selain itu juga banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat yang menyebabkan kurang berminat dalam berwirausaha, seperti agresif, ekspansif, kompetitif, sumber penghasilan tidak stabil, dan sebagainya.

Namun, seperti yang penulis amati pada Onigiri Viral Palembang, dari hasil wawancara bersama Ibu Erlina selaku pemilik (*owner*) mampu menepis semua faktor-faktor yang menghambat hingga sikap negatif yang ada dan tetap memberanikan diri mendirikan usaha kuliner tersebut. Menjadi seorang ibu tunggal juga yang melatarbelakangi kegigihan Ibu Erlina dalam mendirikan usaha ini sekaligus menambah pendapatan guna keperluan anak-anaknya. Ibu Erlina juga menjelaskan dari usaha yang didirikannya terdapat beberapa faktor-faktor kewirausahaan, baik eksternal maupun internal. Faktor internalnya adalah motivasi, pengalaman, kepribadian *owner* sendiri serta hobi. Sedangkan faktor eksternalnya adalah faktor keluarga, faktor lingkungan sekitar dan faktor tempat usaha. Beliau juga menjelaskan bahwa visi kedepannya untuk usaha ini adalah ia ingin membuka cabang ditempat lain di Palembang bahkan hingga keluar kota.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor kewirausahaan apakah suatu usaha itu akan sukses atau tidak.

Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Kewirausahaan dalam Mengembangkan Usaha (Studi Kasus pada *Owner* Onigiri Viral Palembang)”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah yang akan dikemukakan oleh penulis yaitu bagaimana faktor-faktor kewirausahaan secara internal maupun eksternal dalam mengembangkan usaha Onigiri Viral Palembang.

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dalam laporan ini yang membahas mengenai faktor-faktor kewirausahaan secara internal maupun eksternal pada pemilik Onigiri Viral Palembang dalam mengembangkan usahanya.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu, untuk dapat mengetahui bagaimana faktor-faktor kewirausahaan dalam mengembangkan usaha pada Onigiri Viral Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam meningkatkan penguasaan terhadap ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama menuntut ilmu di lingkungan perkuliahan dan sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan studi.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan masukan bagi perusahaan.

c. Bagi Lembaga Politeknik Negeri Sriwijaya

Laporan ini dapat dijadikan sebagai referensi keilmuan bagi kepentingan peneliti lain dalam hal menganalisis faktor-faktor kewirausahaan dalam mengembangkan suatu usaha dan sebagai literatur perpustakaan Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya pada Jurusan Administrasi Bisnis.

### **1.5 Metodologi Penelitian**

#### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian laporan akhir ini, maka ruang lingkup yang dijadikan objek adalah Onigiri Viral Palembang yang berlokasi di area *Little Town*, Lt. dasar OPI Mall Palembang. Kajian dalam penelitian ini adalah hanya faktor-faktor kewirausahaan secara internal dan eksternal.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian laporan akhir ini penulis menggunakan 2 (dua) jenis sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber dari penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam hal ini penulis lakukan dengan mengolah data yang diperoleh melalui wawancara langsung bersama Ibu Erlina selaku pemilik (*owner*) Onigiri Viral Palembang.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang telah dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari artikel dan karya ilmiah yang dipublikasikan di *internet* serta berbagai literatur yang mendukung permasalahan serta buku, majalah dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan yaitu pada Onigiri Viral Palembang dengan melakukan wawancara dengan pemilik (*owner*) guna mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir. Dalam hal ini, wawancara mengenai gambaran umum usaha yang pemilik dirikan serta faktor-faktor apa saja yang ada dan apa motivasi yang dilakukan dalam mengembangkan usahanya.

#### 2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan yaitu penyusunan laporan akhir dengan cara kepustakaan (*Library Research*), dimana penulis mencari informasi dengan

cara mengumpulkan data-data yang didapat dari buku-buku, jurnal, perusahaan, catatan-catatan dan literatur yang berhubungan dengan topik yang dibahas.

### 3. Riset Internet (*Internet Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau *website* yang berhubungan dengan informasi data dan permasalahan yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### **1.5.4 Analisis Data**

Untuk menganalisa data-data yang penulis peroleh dari Onigiri Viral Palembang maka penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Yusi (2012:4) data kualitatif yaitu data yang tidak dapat diukur dalam skala *numeric* (angka). Pengumpulan data kualitatif biasanya dilakukan dengan wawancara langsung kepada pihak yang akan diwawancarai.

Maka dari itu, penulis melakukan wawancara langsung bersama pemilik Onigiri Viral Palembang untuk mengetahui faktor-faktor kewirausahaan secara internal dan eksternal pada pemilik usaha Onigiri Viral Palembang dalam mengembangkan usahanya.