

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produk Domestik Bruto (PDB) negara Indonesia terus mengalami pertumbuhan, dimana pada tahun 2023 PDB perkapita mencapai 75 juta atau US\$4.919, jumlah tersebut meningkat sebesar 5,05 persen dari 2022 (BPS, 2024). Jumlah PDB yang terus meningkat merupakan hasil dari banyaknya sektor perekonomian yang ada di Indonesia, salah satu sektor perekonomian yang terus memberikan peran terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) adalah sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (KEMENKEU, 2022). usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang-perorangan atau berbentuk badan usaha yang kegiatan usahanya pada lingkup kecil atau juga mikro (Ariyanto, dkk. 2021). Undang-undang nomor 20 tahun 2008 menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. UMKM merupakan pilar yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia (ekon.go.id, 2021). SCNBC Indonesia (2023) menyebutkan bahwa, sektor UMKM mempunyai peran cukup besar karena memberikan lebih dari setengah Produk Domestik Bruto (PDB), sekitar 60,65% Produk Domestik Bruto (PDB) disumbang oleh sektor tersebut, yang dimana hal tersebut sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi UMKM juga ditunjukkan dengan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada (ekon.go.id, 2021).

CNBC Indonesia (2022) menyatakan bahwa berdasarkan data badan pusat statistik (BPS) tahun 2021, perempuan mengelola 64,5 persen dari total UMKM di Indonesia atau sekitar 37 juta UMKM. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwasanya perempuan secara signifikan berperan penting dalam perekonomian di Indonesia (OCBC, 2023). Banyaknya perempuan yang mendominasi UMKM juga dapat ditemui di Jawa Timur yang merupakan salah satu dari 3 provinsi dengan UMKM terbesar yang jumlahnya mencapai 1,270,268 pelaku UMKM, dengan persentase 58% perempuan pelaku UMKM dan 42% laki-laki pelaku UMKM

(diskopukm.jatimprov, 2024). Melanjutkan dari laman diskopukm.jatimprov (2024) yang menyebutkan bahwa ke-38 kabupaten di Jawa Timur turut menyumbang pendapatan terhadap perekonomian negara, karena itu pada tahun 2022 nilai bruto meningkat sebesar 0,55% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Salah satu kabupaten/kota yang turut berkontribusi dalam menyumbang nilai tambahan bruto yaitu Kabupaten Bangkalan dengan nilai tambahan bruto UMKM sebesar 9,111 milyar rupiah pada tahun 2022. Meningkatnya kontribusi pada nilai tambahan bruto dapat terjadi karena usaha di sektor UMKM mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang belum mendapatkan pekerjaan sehingga mengurangi jumlah angka pengangguran (Kadeni, 2020).

Besarnya kontribusi tersebut dirasa masih kurang, karena jumlah rasio pengusaha di Indonesia yang relatif kecil. Dalam laman KEMENKOPUKM (2022) disebutkan jumlah pengusaha di Indonesia sangat besar yakni mencapai 64 juta pelaku dengan rasio jumlah wirausaha hanya 3,47%, jumlah tersebut masih kurang untuk dapat mendorong Indonesia lebih maju, dibutuhkan setidaknya sebesar 4% rasio jumlah wirausaha. Pada februari 2024 tercatat sebanyak 56,56 juta pelaku usaha yang ada di Indonesia yang setara dengan 37,86% rasio kewirausahaan (BPS, 2024). Kontribusi dari sektor UMKM yang sangat besar terhadap perekonomian negara Indonesia merupakan hasil jerih payah dari pemilik usaha, dalam usahanya untuk mencapai target yang diinginkan pelaku UMKM dihadapkan dengan tantangan dan hambatan (ekon.go.id, 2021).

Menteri Koperasi dan UKM (Menkop UKM) menyebutkan sejumlah hambatan yang sering dialami oleh pelaku usaha kecil mikro menengah (UMKM) yaitu, sulit mengembangkan usahanya, hal ini disebabkan karena pelaku UMKM nasional masih banyak yang kesulitan mendapatkan modal usaha, sulit dalam mengakses teknologi yang digunakan untuk produksi, sampai dengan sulit mengakses pasar (CNBC Indonesia, 2024). Hal yang sama disebutkan dalam RadarMadura.id (2024) menyatakan bahwa sekitar 166.000 orang pelaku usaha mikro (UM) di bangkalan, jumlah yang cukup banyak tersebut masih kurang terdapat peran dinas koperasi dan usaha mikro (diskop UM) Bangkalan dalam membantu pelaku usaha mikro mengembangkan usahanya menjadi lebih baik.

Sejumlah tantangan yang dialami oleh pelaku UMKM tidak menjadi penghalang pelaku UMKM terus berkembang, hal tersebut terbukti dengan jumlah pelaku UMKM yang terus bertumbuh setiap tahunnya khususnya di kabupaten Bangkalan.

Tabel 1.1 jumlah pelaku UMKM di Bangkalan

No	Tahun	Jumlah Usaha Mikro
1	2019	221.745
2	2020	128.745
3	2021	156.654
4	2022	166.495
5	2023	166.580

Sumber Data : Dinas Koperasi Usaha Mikro kab. Bangkalan, 2024

Berdasarkan data yang telah diolah, pada tahun 2021 tercatat sebanyak 156.654 pelaku usaha mikro yang ada di Bangkalan dan bertumbuh menjadi 166.580 pada tahun 2023 (RKPD kabupaten bangkalan, 2024). Kepala bidang pemberdayaan usaha mikro DISKOPUM Bangkalan menyebutkan bahwa 57,42% merupakan perempuan dengan jumlah 95.651 pelaku usaha (2024, September 12). Jumlah tersebut menunjukkan bahwa perempuan pelaku UMKM relatif lebih banyak jika dibandingkan dengan laki-laki pelaku UMKM, hal tersebut juga menunjukkan bahwa perempuan dapat berkembang dengan sejumlah tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Individu yang memiliki keyakinan bahwa dia mampu menyelesaikan permasalahan maupun tantangan yang sedang dihadapinya dapat dikatakan memiliki ketekunan (duckworth, 2018).

Untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan, perlu adanya kegigihan, ketekunan, dan konsistensi karena setiap aktivitas membutuhkan adanya kegigihan dan konsistensi minat (Kompas.com, 2021). Dalam beberapa kasus dapat dijumpai adanya warung Madura yang buka 24 jam menunjukkan terdapat watak keras dan gigih orang Madura saat bekerja, hal ini terdapat pada peribahasa “*abantal omba’ asapo angen*” (berbantal ombak, berselimut angin), dalam ungkapan tersebut tersirat makna bahwa orang Madura sangat bersahabat dengan kondisi lingkungan yang keras, tak mengenal waktu untuk selalu giat bekerja dan pantang menyerah (tempo.co, 2023). Sesuai dengan pembawaan orang Madura yang memiliki sifat *bhârenteng* (sangat giat), *sangghâp* (tanggap), *bilet* (ulet), dan *junél* (berkewirausahaan), sehingga ketika bekerja mereka dapat kuat diterpa berbagai masalah (Rifai, 2007). Dengan adanya kemampuan untuk bangkit, semangat

pantang menyerah, kemauan untuk terus belajar dan berinovasi, perempuan pelaku UMKM tersebut dapat keluar dari kondisi yang stagnan (rri.co.id, 2024). Bekerja keras, terampil, dan penuh perhitungan dalam kegiatan berkarya yang dilakukan dapat dikatakan merupakan ciri-ciri dasar yang mereka miliki dalam keindustrian (Rifai, 2007).

Perpaduan antara kesadaran mendalam mengenai tujuan yang ingin dicapai dan ketekunan atau kegigihan, mencakup kerja keras serta perilaku tidak mudah menyerah merupakan definisi dari ketekunan (Duckworth, 2016). Fenomena yang dapat menggambarkan ketekunan pada perempuan pelaku UMKM yakni terdapat seorang perempuan pelaku usaha yang dapat bertahan dalam berbagai kondisi usaha yang dijalankan, mulai dari tidak adanya satupun konsumen yang beli, kehabisan uang modal, sampai tidak dapat memberikan anaknya makanan, kondisi yang dialami tersebut tidak membuatnya pantang menyerah, perempuan pekau usaha tersebut akhirnya memutuskan untuk membuat suatu strategi pemasaran agar usaha yang dimilikinya berjalan (rri.co.id, 2024). Kunci sukses dalam usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan, melainkan dari bagaimana individu mampu untuk bangkit dan berkembang ketika dihadapkan dengan situasi yang sulit, semangat yang dimiliki individu untuk pantang menyerah dan kemauan untuk terus belajar merupakan kunci utama dalam mencapai kesuksesan jangka panjang pada pelaku UMKM (rri.co.id, 2024).

Kegigihan tersebut juga dapat dilihat pada perempuan pelaku UMKM di Madura, hal tersebut dapat dilihat dari pedagang sayur keliling yang biasa disebut dengan *mlijhe*, perempuan Madura yang berprofesi sebagai *mlijhe* akan memulai pekerjaan pada dini hari untuk *akola'an* sayur untuk dijual kembali, setelah itu mereka akan berdagang keliling dari satu rumah ke rumah lainnya dan kembali ke rumah ketika sayur yang dijual telah laku (Activa.co.id, 2019). Fenomena tersebut menggambarkan adanya kemandirian, kerja keras, serta totalitas terutama dalam berdagang (Activa.co, 2019). Dalam hal menjalankan usaha, perempuan memiliki kelebihan daripada laki-laki, hal tersebut didukung oleh penelitian Supriyanto & Mufrihah (2019) yang mengatakan bahwa dalam menjalankan bisnisnya, perempuan lebih baik dalam melakukan pemasaran, lebih tekun dan tidak mudah

putus asa. Menurut Gunawan dkk (2022) sikap yang gigih dan tidak mudah putus asa dalam melakukan pekerjaan hingga mencapai keberhasilan yang diinginkan, pada dasarnya merupakan *consistency of interest* dan *perseverance of effort* yang merupakan dimensi dari ketekunan. Kegigihan untuk mencapai sebuah kesuksesan dari orang Madura dapat dilihat dari banyaknya pelaku usaha yang ada, khususnya di kabupaten Bangkalan dengan jumlah pelaku UMKM paling banyak di pulau Madura. Berdasarkan data yang telah diperoleh, Bangkalan merupakan kabupaten dengan jumlah pelaku UMKM paling banyak di Madura yaitu sejumlah 166.580 pada tahun 2023 (RKPD kabupaten bangkalan, 2024), sedangkan pelaku UMKM di Pamekasan sekitar 49 ribu pelaku usaha (Kabar Madura, 2023), Sampang menurut kepala bidang koperasi DISKOPERINDAG sebanyak 37.117 pelaku UMKM (Maduratribunnews.com, 2024), dan seperti yang dikatakan oleh bupati Sumenep sebanyak 2000 lebih pelaku usaha yang ada dan hanya 490 yang bergabung dengan pemerintah (sumenepkab.go.id, 2024). Perilaku yang gigih dan perilaku tidak mudah putus asa dalam melakukan pekerjaan hingga mencapai keberhasilan yang diinginkan dalam waktu yang relatif panjang, pada dasarnya merupakan *consistency of interest* (konsistensi minat) dan *perseverance of effort* (kegigihan dalam berusaha) (Duckworth, 2007; Duckworth, 2016; Gonlepa, 2023; Tanoto dan Soenyoto, 2024).

Munculnya ketekunan pada diri individu perempuan pelaku UMKM dapat dipengaruhi oleh faktor dalam dirinya sendiri dan juga lingkungannya. Duckworth (2016), terdapat dua faktor yang mempengaruhi ketekunan yaitu, dalam faktor internal terdapat *interest* (minat), *practice* (latihan), *purpose* (tujuan), *hope* (harapan), *passion*, sedangkan dalam faktor eksternal yang mempengaruhi ketekunan yaitu, *parenting for ketekunan*, *the playing fields*, *a culture of ketekunan*. Faktor internal dari ketekunan sejalan dengan karakteristik yang harus dimiliki pelaku UMKM atau wirausahawan. Ariyanto dkk., (2021) menyebutkan terdapat tujuh karakteristik yang harus dimiliki oleh wirausahawan yaitu, *passion* (gairah), *optimis* (yakin), fokus pada tujuan, *problem solver* (pemecahan masalah), berani ambil resiko, berfikir terbuka, berfikir mandiri. Menurut Gunawan dkk (2022) individu dengan ketekunan yang baik akan mengarahkan kompetensi yang sesuai

untuk mencapai tujuan dan memutuskan untuk terus berusaha dengan mengarahkan usaha yang terbaik. Sebuah bisnis akan sukses dijalankan ketika orang yang menjalankan usaha memiliki tekad, semangat, dan kemauan yang kuat (Ariyanto, dkk., 2021). Duckworth (2016) menyatakan bahwa kunci kesuksesan bukanlah bakat, melainkan ketekunan. Terdapat hal-hal yang bisa mengembangkan ketekunan pada diri seseorang yang salah satunya yaitu *competitiveness* (Dugan dkk., 2019). Pada penelitian yang dilakukan oleh Dugan dkk., (2019) ditemukan bahwa *competitiveness* dan *self-efficacy* dapat membantu seseorang dalam mengembangkan ketekunan. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara ketekunan dan *competitiveness*, dimana *competitiveness* yang tinggi menunjukkan tingkat ketekunan yang tinggi (Dugan dkk., 2019).

Competitiveness merupakan salah satu hal yang paling penting untuk mendukung keberhasilan dari sebuah penjualan (Dugan dkk., 2019). Sikap kompetitif adalah kecenderungan sebuah kecenderungan untuk mencari situasi kompetitif yang objektif dan membandingkan kinerja seseorang dengan standar atau orang lain yang memiliki kemampuan setara (APA, 2018). Sikap kompetitif (*competitiveness*) menurut Ryckman (2004) mengemukakan bahwa sikap kompetitif adalah suatu kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan (Ryckman dkk., 1997; Menesini, Tassi & Nocentini, 2018; Muttaqin, 2022). Selain itu guna keberlanjutan usaha dalam jangka panjang diperlukan strategi yang tepat dari pelaku usaha untuk mengoptimalkan posisinya dalam persaingan di pasar dan mencapai keunggulan yang kompetitif (Mardikaningsih, 2023). Salah satu penyebab dari persaingan yang ada diantara pelaku usaha adalah jenis produk yang mereka tawarkan sama (vobis.io, 2023).

Pelaku UMKM mengeluhkan terkait tantangan yang harus dihadapi seperti persaingan yang ketat dalam menjalankan usaha, mereka mengatakan bahwa banyaknya orang yang menjual produk sejenis bisa menjadi saingan terberat mereka (radarjogja.jawapos.com, 2024). Sejalan dengan itu Garcia, Tor, & Schiff (2013) juga menyebutkan bahwa pesaing yang serupa menunjukkan perhatian

perbandingan yang lebih besar daripada yang kurang serupa. Dengan memahami dan mengantisipasi kelebihan yang dimiliki oleh pesaing, perusahaan dapat membuat strategi yang cerdas untuk mengimbangi serta melampaui pesaing (Mardikaningsih, 2023). Disebutkan juga faktor situasi yang dapat menyebabkan persaingan yaitu, struktur insentif, kedekatan dengan standar, jumlah pesaing, garis patahan kategori sosial, audiens, dan ketidakpastian (Garcia, Tor, & Schiff, 2013). Persaingan ketat muncul dari semakin banyaknya pelaku UMKM yang ada dan terus berkembang setiap tahun (kompas.id, 2017).

Faktor yang dapat mempengaruhi daya saing dari seseorang selain berasal dari situasi atau lingkungan juga dapat muncul dari individu itu sendiri seperti perbedaan individu dan kesamaan jenis pekerjaan serta faktor relasional, faktor tersebut seperti persepsi individu tentang kesamaan, kedekatan hubungan dan riwayat individu dengan saingan (Garcia, Tor, & Schiff, 2013). Rifai (2007) menyebutkan bahwa orang Madura memiliki nilai semangat kekerabatan yang besar, hal tersebut ditunjukkan dengan individu yang memiliki sifat individualis akan tetap memperhatikan sebuah hubungan kerabat. Selain itu, orang Madura juga memiliki nilai persahabatan yang sangat erat yang biasa disebut dengan istilah *kanca kèntel*. Kedekatan yang dimiliki oleh orang Madura dapat memunculkan kemungkinan untuk timbulnya sebuah persaingan yang akan menyebabkan individu untuk memiliki sikap kompetitif pada dirinya.

Dalam kehidupan bermasyarakat, persaingan memainkan peran penting dalam konteks sosial, ekonomi, pendidikan, dan olahraga (Menesini, Tassi, & Nocentini, 2018). kemampuan seseorang untuk mencapai keunggulan atau keberhasilan dalam situasi persaingan merupakan pengartian dari sikap kompetitif yang ditunjukkan oleh individu (kumparan.com., 2023). Saori, Nurmala & Komariah (2020) menjelaskan bahwa pemberdayaan UMKM perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM itu sendiri, tujuannya agar dapat bersaing secara kompetitif pada produk-produk dalam negeri maupun global. Kondisi tersebut mengharuskan pelaku usaha untuk selalu fleksibel, sensitif terhadap perubahan, dan siap terhadap permintaan konsumen yang akan terus berubah (Torres dkk., 2017). Garcia dkk., (2006) menyatakan bahwa sikap kompetitif merupakan perilaku

individu dalam meraih kedudukan superior tertentu, sebagai perwujudan dari perbandingan sosial. Sikap kompetitif mengacu pada kebutuhan yang kuat pada individu untuk bersaing dan menang agar terhindar dari kerugian, hal tersebut bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan perasaan harga (Menesini, Tassi, & Nocentini, 2018). Semakin banyaknya UMKM di Indonesia mengharuskan mereka agar terus dapat menghasilkan inovasi yang berbeda dan memiliki keunggulan dari produk dan jasa yang sudah ada saat ini (rri.co.id., 2024).

Dampak dari adanya persaingan yang ada, pelaku usaha harus menawarkan berbagai keuntungan yang membuatnya unggul dalam sebuah persaingan, seperti pemberian pelayanan yang baik (Safriani, 2016). Keunggulan dalam kompetisi diperlukan sebagai upaya pembangunan dan pengembangan sumber daya strategis yang memiliki potensi untuk menciptakan keunggulan bersaing bagi pelaku UMKM (Mardikaningsih, 2023). Dalam menawarkan barang atau jasa, pelaku UMKM dituntut untuk tetap konsisten pada keputusan strategi pasar yang dipilih, karena kepercayaan pelanggan akan terbangun apabila terdapat konsistensi pada hal yang ditawarkan (jurnal.id, 2023). Pada sebuah persaingan individu akan memiliki dorongan untuk meningkatkan kinerja mereka sehingga mereka dapat untuk mengatasi dan meminimalkan perbedaan kinerja mereka dengan orang lain (Garcia, Tor, & Schiff, 2013).

Sejalan dengan itu ketekunan dan kerja keras dalam berusaha pada pelaku UMKM dapat membuat usahanya terus berjalan, sehingga produk yang ditawarkan menjadi pilihan utama pelanggan (nasional.tempo, 2024). Konsistensi dan ketekunan merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dalam proses mencapai tujuan, serta secara signifikan meningkatkan peluang usaha untuk sukses dalam jangka panjang (nusantaranews.co., 2021). Perilaku yang gigih dan tidak mudah putus asa pada saat melakukan pekerjaan, guna mencapai keberhasilan yang diinginkan dalam waktu yang relatif panjang, pada dasarnya merupakan consistency of interest (konsistensi minat) dan perseverance of effort (kegigihan dalam berusaha) yang merupakan dimensi dari ketekunan (Gunawan dkk., 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan Dugan dkk., (2019) dengan judul “*gritting their teeth to close the sale: the positive effect of salesperson grit on job*

satisfaction and performance” yang dilakukan pada 147 sales penjualan, ditemukan adanya hubungan antara *trait competitiveness* dan ketekunan, dimana *trait competitiveness* dan *self-efficacy* dapat membantu seseorang dalam mengembangkan ketekunan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Houston dkk., (2021) dengan judul “*The Bright and Dark Aspects of Ketekunan in the Pursuit of Success*” ditemukan bahwa terdapat hubungan positif dari ketekunan dengan *competitiveness*. Berdasarkan paparan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya terkait sikap kompetitif diatas maka semakin memperkuat peneliti untuk melihat pengaruh sikap kompetitif terhadap ketekunan pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Maka dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, apakah terdapat pengaruh sikap kompetitif dengan ketekunan pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap kompetitif terhadap ketekunan pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan refrensi dan melengkapi penelitian sebelumnya, serta dapat memberikan informasi dari bidang psikologi industri dan organisasi tentang proses berkembangnya perempuan pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tekanan, dari psikologi positif tentang bagaimana sebuah kegigihan dapat membuat individu tetap terus berkembang meskipun menerima banyak tantangan dan hambatan yang menekan.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk pelaku UMKM

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadikan bahan untuk berkembangnya pemahaman pelaku UMKM tentang bagaimana yang perilaku yang seharusnya dimiliki ketika menjalankan usahanya.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti selanjutnya untuk penelitian terkait, sehingga bisa mengungkap masalah yang lebih detail mengenai kasus lain.

c. Untuk lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi untuk bisa mengembangkan pelaku UMKM dengan daya saing di pasar global.