

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering disebut sebagai salah satu pilar perekonomian masyarakat suatu daerah. Hal ini disebabkan karena UMKM mempunyai fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar (Partomo dan Titik Sartika, 2004: 13). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM yang paling menonjol adalah kemampuan dalam penyerapan tenaga kerja (dapat mengurangi jumlah pengangguran). Bagi sebagian orang yang memiliki potensi dari segi kreativitas, inovatif, teliti, ulet, dan memiliki kemampuan kerja yang tinggi, justru hal tersebut yang menarik untuk mendirikan UMKM. Hal tersebut dikarenakan merasa lebih bebas, tidak terkekang untuk mengambil keputusan, tidak memikirkan resiko yang tinggi, dan mereka menyadari bahwa suatu usaha besar harus dimulai dari usaha kecil. Selain itu, kemampuannya lebih baik dan dinamis dalam menyesuaikan diri terhadap keadaan pasar yang mudah berubah dibandingkan usaha besar

Data statistik Kementerian Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia mencatat bahwa perkembangan jumlah UMKM periode 2012-2013 mengalami peningkatan sebesar 2,41 persen, yaitu dari 56.534.592 unit pada tahun 2012 menjadi 57.895.721 unit pada tahun 2013. UMKM merupakan pelaku usaha terbesar dengan persentasenya sebesar 99,99 persen dari total pelaku usaha nasional pada tahun 2013.

Tabel. 1 Perkembangan Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Tahun 2012-2013

INDIKATOR	TAHUN 2012		TAHUN 2013		PERKEMBANGAN TAHUN 2012-2013	
	JUMLAH	(%)	JUMLAH	(%)	JUMLAH	(%)
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	56.534.592	99,99	57.895.721	99,99	1.361.130	2,41
- Usaha Mikro(UMi)	55.856.176	98,79	57.189.393	98,77	1.333.217	2,39
- Usaha Kecil(UK)	629.418	1,11	654.222	1,13	24.803	3,94
- Usaha Menengah(U M)	48.997	0,09	52.106	0,09	3.110	6,35

Data: Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia 2013

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa usaha mikro lebih banyak jumlahnya dan mengalami perkembangan yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan usaha kecil maupun usaha menengah. Perkembangan usaha mikro pada tahun 2012-2013 sebesar 1.333.217, sementara itu usaha kecil dan menengah perkembangannya sebesar 24.803 dan 3.110.

Usaha mikro tergolong jenis usaha marginal, ditandai dengan penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal dan akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Sejumlah kajian di beberapa negara menunjukkan usaha mikro berperan cukup besar bagi pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja melalui penciptaan lapangan pekerjaan, menyediakan barang dan jasa dengan harga murah. Usaha mikro juga merupakan salah satu komponen utama pengembangan ekonomi lokal, dan berpotensi meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) perempuan dalam keluarga (Lembaga Penelitian SMERU, 2003:7).

Perkembangan perempuan sebagai seorang wirausahawan adalah faktor pendorong yang mengubah paradigma kaum perempuan sebagai kaum lemah menjadi kaum yang memiliki kemampuan bersaing dan sejajar dengan laki-laki dalam menjalankan usahanya. Partisipasi perempuan dalam dunia usaha merupakan hal yang penting untuk mencapai tujuan pembangunan.

Usaha mikro yang banyak diminati kaum perempuan diantaranya adalah di bidang industri rumahtangga dan perdagangan. Di bidang industri rumahtangga misalnya pembuatan kripik dan makanan sejenisnya serta produksi barang-barang kerajinan rumahtangga, selanjutnya di bidang perdagangan, yaitu pedagang yang modalnya < Rp.10.000.000 misalnya dagang makanan sehari-hari atau warung nasi, kedai gorengan, dan lain sebagainya.

Dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika berdagang. Perilaku atau etika berdagang adalah cara pedagang dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Sebagaimana Talcott Parson (dalam Ritzer dan Douglas, 2011:121) menerangkan seluruh pengertian perilaku manusia (sistem tindakan) merupakan sistem yang hidup, sehingga terdapat sistem-sistem yang saling tergantung, yaitu sistem kebudayaan, sistem sosial, sistem kepribadian, dan sistem organisme perilaku. Sistem sosial yang terdapat dalam masyarakat merupakan salah satu bagian penting dalam berjalannya sistem perdagangan karena didalamnya terdapat suatu interaksi.

Karakteristik seorang pelaku usaha atau dagang sangat berperan dalam mengembangkan usahanya. Banyaknya usaha mikro yang berkembang dijalani para kaum perempuan ini membuktikan bahwa perempuan memiliki karakteristik yang unik dalam menjalankan usahanya. Perempuan memiliki gaya bisnis yang berbeda dengan kaum pria. Perempuan lebih memilih jenis bisnis yang masih berada dalam lingkup keseharian, serta menggunakan gaya bisnis dari hati ke hati dengan konsumennya. Perasaan yang cenderung personal, mengenal pelanggan secara mendalam, dan pendekatan yang melibatkan emosi, merupakan kekuatan bisnis para perempuan, sehingga usahanya mampu bertahan di saat krisis (Daniarti dan Sukendro, 2008:4).

Ada beberapa faktor yang mendasari keinginan perempuan untuk menjalankan usaha atau berdagang, tetapi di Indonesia salah satu motivasi perempuan memulai usahanya adalah tekanan ekonomi. Demi menambah penghasilan keluarga mereka bekerja dan berusaha memenuhi kebutuhannya. Selain itu, banyak juga perempuan yang beralasan kemandirian dan penghargaan (Dhewanto, dkk, 2013 : 156).

Menurut Dhewanto, dkk (2013 : 156) terdapat dua jenis faktor motivasi yang mempengaruhi perempuan untuk menjadi pengusaha. Pertama adalah karena pilihan, dan yang kedua adalah kebutuhan. Selain itu, juga terdapat beberapa faktor yang menghambat para kaum perempuan memulai usahanya, yaitu pengetahuan dan budaya, serta akses dana yang terbatas. Fenomena perempuan pengusaha di Indonesia menjadi sangat menarik untuk dilihat karena ternyata perempuan pengusaha mikro sudah mulai memegang peranan penting dalam bidang usaha.

Kejadian seperti ini juga terjadi di Kota Bandar Lampung. Banyak perempuan yang mulai berani melakukan usaha untuk membantu perekonomian keluarga. Sifatnya adalah memulai usaha baru maka para perempuan ini cenderung untuk memilih usaha berskala mikro. Jenis usaha yang dibuka biasanya juga sesuai dengan sifat perempuan yang selama ini sudah dimiliki seperti membuka usaha dalam bidang makanan dan *fashion*. Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandar Lampung mencatat jumlah UMKM sebanyak 3296 unit. Usaha mikro terdapat 2921 unit dan usaha kecil terdapat sebanyak 268 unit sedangkan pada usaha menengah jumlahnya lebih sedikit yaitu sebanyak 7 unit. UMKM tersebut tersebar di 20 kecamatan yang ada di kota Bandar Lampung.

Tabel.2 Jumlah UMKM di Bandar Lampung Pada Tahun 2013

NO	KECAMATAN	Usaha Mikro (unit)	Usaha Kecil (unit)	Usaha Menengah (unit)	Jumlah UMKM
1	Panjang	109	7	-	116
2	Kedaton	108	12	-	220
3	Telukbetung Utara	329	27	1	357
4	Tanjung Senang	131	5	-	136
5	Telukbetung Barat	101	4	-	105
6	Tanjungkarang Pusat	103	2	-	105
7	Kemiling	66	39	-	105
8	Sukabumi	174	6	-	180
9	Telukbetung Selatan	230	15	-	245
10	Tanjungkarang Barat	168	20	2	190
11	Tanjungkarang Timur	256	60	3	319
12	Rajabasa	55	4	-	59
13	Sukarame	143	-	-	143
14	Enggal	81	9	-	90
15	Bumi Waras	151	-	-	151
16	Telukbetung Timur	141	48	-	189
17	Way Halim	111	8	1	120
18	Kedamaian	142	-	-	142
19	Labuhan Ratu	177	-	-	177
20	Langkapura	145	2	-	147
Jumlah		2921	268	7	3296

Data: Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandar Lampung tahun 2013

Pada data jumlah UMKM di Bandar Lampung pada tahun 2013 tersebut merupakan data UMKM yang hanya memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), karena pada kenyataannya banyak sekali usaha-usaha yang berdiri. Misalkan pada jenis usaha mikro, usaha mikro yang di Kota Bandar Lampung jika dilihat secara keseluruhan jumlahnya mampu lebih dari 3296 unit.

Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah kaum perempuan yang membuka usaha makanan dengan skala usaha mikro di Kelurahan Kota Baru Kecamatan Tanjungkarang Timur Kota Bandar Lampung. Berdasarkan pengamatan penulis, di daerah tersebut terdapat perempuan yang membuka usaha mikro dalam hal pangan atau makanan yang siap dikonsumsi, antara lain: pempek, mie ayam, bakso, nasi goreng, warung makan, gorengan, lontong sayur, pecel, kue-kue, nasi udak, dan lain-lain. Dalam memulai dan mengembangkan usahanya, para pelaku usaha ini banyak yang mengambil pelajaran dari pengalaman yang mereka miliki dari masa lalunya.

Pengalaman setiap pelaku usaha tentulah berbeda dengan pelaku usaha lainnya, baik itu pengalaman yang baik ataupun tidak baik. Untuk mengembangkan usaha, diperlukan adanya karakteristik yang mampu untuk mempertahankan usaha agar tetap berjalan. Karakteristik ini dimaksudkan adalah kemampuan/cara/strategi perempuan pedagang makanan dalam mengembangkan usahanya. Karakteristik tersebut adalah karakteristik psikososial, Karakteristik psikososial adalah karakteristik yang menggabungkan antara psikologi dan sosiologi. Adanya karakteristik yang unik berguna untuk mempererat hubungan antara pedagang dan pembeli dengan tujuan agar usaha yang dijalankan dapat tetap bertahan.

Alasan peneliti memilih topik ini karena peneliti tertarik dengan banyaknya perempuan yang berdagang meskipun mereka juga memiliki peran lain selain berdagang, seperti sebagai ibu rumah tangga, namun mereka tetap eksis di dunia perdagangan. Para perempuan pengusaha ini tentunya memiliki pengalaman dan karakteristik psikososial dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya yang

menarik untuk dikaji, karena mereka berperan aktif dalam proses pembangunan dan memiliki motivasi yang besar dalam dirinya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dinamika usaha para perempuan pedagang makanan?
2. Bagaimana karakteristik psikososial pengembangan usaha mikro oleh perempuan pedagang makanan di Kelurahan Kota Baru Kecamatan Tanjungkarang Timur Kota Bandar Lampung?
3. Apa saja faktor pendorong dan penghambat perempuan pedagang makanan dalam mengembangkan usahanya?

C. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dinamika usaha perempuan pedagang makanan.
2. Untuk mengetahui karakteristik psikososial pengembangan usaha mikro perempuan pedagang makanan di Kelurahan Kota Baru Kecamatan Tanjungkarang Timur Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat perempuan pedagang makanan dalam mengembangkan usahanya.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini memberikan gambaran tentang pengembangan usaha di bidang makanan yang dilakukan oleh kaum perempuan sehingga dapat memberikan wawasan kepada semua pihak dalam rangka pengelolaan dan peningkatan usaha lainnya.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam memberdayakan sektor usaha mikro yang dilakukan oleh kaum perempuan.