

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, semakin meningkat pula kebutuhan bahan makanan, termasuk bahan makanan yang berasal dari hewan terutama daging. Semakin tinggi perubahan pada masyarakat mengenai bisnis telah berkembang pesat di berbagai belahan dunia. Penyediaan pangan berupa daging bagi masyarakat dalam jumlah yang mencukupi dengan mutu yang baik dapat meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha dalam tata ekonomi nasional. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut maka peranan ayam sebagai salah satu sumber protein hewani dapat diandalkan karena ayam merupakan salah satu aset nasional yang turut menunjang kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.

Globalisasi yang memiliki karakteristik perubahan yang tidak menentu, memerlukan fleksibilitas dan paradigma baru bagi organisasi serta merupakan faktor penentu bagi kelangsungan kegiatan usaha. Ayam ras pedaging atau broiler menjadi komoditas utama karena pertumbuhannya yang cepat. Secara umum perkembangan ayam broiler memberikan manfaat yang besar untuk para pelaku usaha. Komoditas ayam mempunyai prospek pasar yang baik karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat mudah diterima oleh masyarakat. Dalam keadaan perekonomian keluarga yang terbatas, sementara agar sehat perlu tetap mengkonsumsi protein hewani, daging ayam menjadi prioritas pilihan yang paling layak sebagai sumber protein hewani bagi keluarga.

Tekhnologi informasi saat ini berkembang sangat pesat, dan perubahan terjadi dalam semua aspek kehidupan dan tidak mengenal waktu, tempat. Semua perubahan yang terjadi berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan suatu masyarakat maupun bangsa di dunia. Secara umum, lingkungan suatu perusahaan terdiri dari kelompok-kelompok yang saling terkait satu sama lain yang memainkan peranan penting dalam menentukan peluang, tantangan dan penghalang yang dihadapi perusahaan.

Usaha Ayam Potong menjadi sektor yang penting mengingat produksi daging ayam broiler yang terus meningkat. Keberadaan usaha tersebut seharusnya bukan hanya dilihat dari sisi entitas bisnis, tetapi juga sebagai stabilisator harga daging ayam atas kemampuannya memproduksi ayam potong. Usaha ayam potong tidak terlepas dari beberapa kendala yang dihadapi. Kendala tersebut merupakan hambatan yang cukup kompleks dalam menjalankan usaha. Kendala yang dimaksud adalah tingginya tingkat risiko yang dihadapi. Risiko yang dihadapi dalam usaha ayam potong ini adalah risiko usaha baik itu risiko harga, risiko penjualan, maupun risiko pendapatan.

Meningkatnya kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentu tidak terlepas dari keberhasilan secara swadaya dalam mengembangkan potensi diri untuk meraih sejumlah prestasi seperti kemampuan didalam memenuhi kebutuhan hidup dan memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Jika kita mengacu pada istilah kinerja. Kinerja merupakan hasil yang diperoleh perusahaan, atau pun sekelompok orang setelah memanfaatkan berbagai sumber daya yang terdapat didalam perusahaan atau dimiliki individu.

Harga ayam potong cenderung naik terutama pada saat sebulan menjelang hari-hari tertentu, karena banyaknya peternak musiman yang mengharapkan keuntungan. Perkembangan permintaan bahan baku pokok khususnya ayam potong ini sering kali mengalami peningkatan setiap tahunnya, apalagi setiap menjelang hari-hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, dan hari besar lainnya. Jumlah peningkatan tersebut harus pula diikuti oleh sistem yang baik didalam mengelola ayam sehingga akan menghasilkan ayam yang dapat dikonsumsi oleh konsumen dan layak untuk dipasarkan..

Dalam kondisi yang tidak pasti, dibutuhkan informasi yang agregatnya luas, tepat waktu. Hal ini sangat logis yang dibentuk untuk menyesuaikan dengan ketidakpastian lingkungan membutuhkan informasi yang bermanfaat untuk mengarahkan dan memecahkan masalah, seperti penetapan harga, pemasaran, kontrol persediaan, dan negosiasi dengan serikat pekerja. Ketidakpastian lingkungan merupakan sejumlah faktor ketidakpastian yang menyebabkan terjadinya kegagalan dalam suatu usaha yang harus dihadapi oleh wirausahawan. Ketidakpastian berhubungan dengan kemampuan dalam mengelola risiko, dalam hal ini keberadaan sejumlah risiko yang tidak dapat di prediksi menjadi hal yang paling ditakuti adalah faktor ekonomi makro seperti inflasi, tingkat suku bunga dan sejumlah variabel lainnya.

Setiap kegiatan usaha tidak mungkin steril dari pengaruh lingkungan tempat berada. Ada beberapa lingkungan yang mempengaruhi suatu usaha, yang dijalankan oleh pelaku usaha. Pada dasarnya lingkungan dibedakan atas dua lapis yaitu Lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan Internal mungkin dapat

dikendalikan oleh para pelaku usaha sehingga dapat diarahkan sesuai dengan keinginan wirausahawan. Sedangkan lapis kedua adalah lingkungan eksternal yaitu lingkungan bisnis yang ada di luar kegiatan usaha yang tidak mungkin dapat dikendalikan begitu saja oleh pelaku usaha sesuai dengan keinginan, dan disini pelaku usaha lah yang harus mengikuti kemauan lingkungan agar usaha bisa selamat dari pengaruh lingkungan tersebut.

Keadaan saat ini yang sedang dihadapi yaitu adanya kondisi Pandemi Virus Covid-19 (Corona), yang berdampak langsung pada seluruh aspek ekonomi khususnya bagi masyarakat menengah kebawah, termasuk para pelaku UMKM. Terutama masyarakat yang menggantungkan hidupnya baik itu dari berjualan asongan, pedagang kaki lima, ojek pangkalan atau ojek online bahkan nelayan, yang langsung memberikan dampak negatif atas pendapatan mereka, sehingga masyarakat tidak bisa memenuhi kehidupan mereka sehari-hari, khususnya yang memiliki anak keluarga. Tentunya akan merasakan kebingungan, dengan cara apa mereka bisa memenuhi kehidupan mereka sehari hari, dan masyarakat yang masih memiliki cicilan atau hutang, pasti mereka memikirkan bagaimana cara untuk membayar cicilan atas mewabahnya virus corona.

Sembilan bahan pokok (Sembako) kehidupan manusia sehari-hari sudah menjadi masalah penting. Makin mengganasnya wabah virus corona (Covid-19) di Indonesia membuat masalah sembako bukan saja penting tetapi sensitif. Perlu hati-hati dalam mengurusnya. Baik itu dalam hal menyediakan, mengadakan dan membaginya. Setelah hampir semua aktivitas lumpuh karena setiap warga diimbau tidak keluar rumah untuk mencegah meluasnya penyebaran Covid-19, orang yang

menyediakan sembako semakin berkurang. Sementara yang membutuhkan tidak berkurang dan mungkin bertambah. Bila Covid-19 tidak segera berakhir, bisa saja terjadi kelangkaan sembako di negeri ini.

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada suatu daerah membawa konsekwensi Pemerintah Pusat dan Daerah menyediakan sembako yang merupakan kebutuhan dasar orang. Setelah penyediaan sembako ini aman bukan berarti tugas pemerintah sudah berakhir. Masih ada tugas untuk membagi sembako itu secara merata baik untuk konsumsi pasar maupun yang akan dijadikan bantuan sosial bagi masyarakat tidak mampu. Dalam hal kepentingan untuk pasar, pemerintah tinggal memenuhi stok dan mengatur pendistribusiannya melalui jaringan pemasaran yang telah ada. Di sini selain menyediakan stok juga mempertimbangkan pembagiannya kepada masyarakat. Masalahnya, dalam PSBB ada aturan untuk menjaga jarak dan larangan mengadakan kerumunan lebih dari lima orang.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disindag) Kota Bandung telah menyiapkan belanja online atau dalam jaringan (daring) di 23 pasar tradisional salah satunya pasar ujungberung, untuk memudahkan masyarakat memenuhi kebutuhan pokok selama masa wabah Corona atau Covid-19. Direktur Utama PD Pasar Bermartabat Bandung Herry Hermawan menyampaikan tentang berbelanja secara daring di pasar tradisional adalah metode alternatif berbelanja di tengah pandemi Covid-19. Selebihnya, pihak pasar menyerahkan kembali kepada para pembeli untuk memilih cara berbelanja sesuai keinginan masing-masing, “Kembali diserahkan ke pembeli. Silakan tetap membeli (secara konvensional) pun tidak apa-

apa, asal tetap menjalankan protokol kesehatan dan keamanan maksimum sesuai arahan Pemkot Bandung," ujar dia. Karena kebetulan selama PSBB para pelaku usaha yang berjualan bahan pangan salah satunya ayam potong, masih diperbolehkan untuk berjualan.

Karakteristik wirausaha memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik wirausaha yang ditetapkan dengan kinerja usaha. Karakteristik wirausaha mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

Berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa tantangan yang dihadapi UMKM Pasar Ujungberung Kota Bandung saat ini sangat berat karena persaingan yang semakin ketat. Namun, karena adanya persaingan kita sebagai pelaku usaha berusaha untuk mengedepankan keunggulan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan pelanggan. Situasi seperti ini dipengaruhi karena tingginya minat konsumen untuk membeli, karena adanya mutu, kualitas dan harga yang lebih murah.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap 18 responden pemilik Usaha Ayam Potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung mengenai variabel yang diteliti. Berikut adalah hasil survey awal mengenai variabel Kinerja Usaha.

**Tabel 1.1**  
**Survey Awal Tanggapan Pengusaha Tentang Kinerja Usaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Memiliki omset penjualan yang baik	10 orang 55,5 %	8 orang 44,4%
2	Terjadinya pengembalian produk jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen	14 orang 77,7 %	4 orang 22,2 %
3	Jumlah penjualan yang meningkat setiap harinya	6 orang 33,3 %	12 orang 66,6 %
Total persentase		55,5%	44,4%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung, mengenai kinerja usaha pada para pelaku usaha ayam potong terjadinya suatu masalah karena meskipun kebanyakan dari mereka memiliki omset yang cukup baik, namun jumlah penjualan yang mereka dapatkan tidak meningkat setiap harinya, karena banyak pelanggan yang hanya membeli sesekali saja atau hanya membeli pada waktu tertentu. Dan responden menanggapi bahwa memiliki penjualan yang tidak baik selama pandemi corona, yang berpengaruh pada kinerja usaha yang kurang baik. Dengan adanya hal ini diketahui bahwa para pelaku usaha telah melakukan upaya untuk meningkatkan kinerja usaha mereka dengan cara tetap mempertahankan kualitas kerja yang mereka miliki, seperti menerima produk yang di kembalikan, jika tidak sesuai dengan permintaan atau harapan konsumen, dan responden menanggapi bahwa dengan adanya pandemi virus corona sangatlah mempersulit usaha mereka saat ini. Hal tersebut menjadi masalah baru dalam menjalani usaha mereka.

Perusahaan haruslah mengenali perubahan lingkungan usahanya. Perubahan lingkungan terjadi pada perubahan permintaan, perubahan tarif, dan perubahan selera pasar. Penyebab ketidakpastian lingkungan juga dapat disebabkan karena kompetisi, perubahan teknologi, dan isu sosial ekonomi.

Salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah Ketidakpastian Lingkungan, ketidakpastian lingkungan dapat didefinisikan sebagai rasa ketidakmampuan seseorang untuk memprediksi faktor sosial dan fisik yang berpengaruh terhadap perilaku pembuat keputusan dalam organisasi” (Sari, 2014:4). Akhmad dan M. Jauhar (2013: 187) mengemukakan “Ketidakpastian lingkungan merupakan keadaan dimana organisasi atau pimpinannya tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai keadaan lingkungannya, sehingga akan menyebabkan timbulnya kesulitan dalam memperkirakan perubahan-perubahan lingkungan yang akan terjadi.”

Berikut adalah hasil survey awal mengenai variabel Ketidakpastian Lingkungan:

**Tabel 1.2**  
**Survey Awal Tangapan Pengusaha Tentang Ketidakpastian Lingkungan**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Dapat mengantisipasi keadaan / kondisi usaha di mana ada perubahan lingkungan	10 orang 55,5 %	8 orang 44,4 %
2	Jumlah ayam potong yang dipasarkan menurun jika adanya suatu peristiwa	14 orang 77,7 %	4 orang 22,2 %
3	Tetap menjalankan usaha meskipun penjualan tidak menentu / meturun	17 orang 94,4 %	1 orang 5,5 %
Total persentase		75,92%	24,07%



Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi mengenai ketidakpastian lingkungan pada usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung memiliki permasalahan, karena sebagian dari mereka tidak dapat mengantisipasi keadaan / kondisi usaha yang mereka jalani, dimana hal tersebut mengakibatkan para pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan usaha sgar tetap mendapatkan keuntungan seperti biasa terutama mengalami kesulitan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dan 77,7% dari 18 responden mereka lebih memilih menurunkan jumlah ayam potong yang mereka pasarkan, karena mereka tidak berani mengambil risiko jika stok ayam yang di pasarkan tidak terjual. Namun dengan demikian para pelaku usaha tetap menjalankan usaha mereka, meskipun terjadi penurunan dalam omset penjualan, karena mereka masih mengutamakan / memikirkan kebutuhan hidup mereka.

Selain ketidakpastian lingkungan dalam kinerja usaha, ada hal lain yang harus diperhatikan, yaitu karakteristik kewirausahaan. Setyawati (2013) mengemukakan bahwa kinerja UKM didukung oleh karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha. Semua itu merupakan hakekat dari kewirausahaan yang harus ada pada UKM. Dan Setyawati (2013) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, intergrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang di pertimbangkan dari titik pandang etis dan moral.

Berikut adalah hasil survey awal mengenai variabel Karakteristik Kewirausahaan:

**Tabel 1.3**  
**Survey Awal Tanggapan Pengusaha Tentang Karakteristik Kewirausahaan**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Percaya diri dalam melakukan penjualan jika mengalami situasi yang sulit di prediksi	8 orang 44,4 %	10 orang 55,5 %
2	Inisiatif untuk melakukan strategi lain dalam penjualan jika mengalami penurunan	12 orang 66,6 %	6 orang 33,3 %
3	Berani mengambil risiko ketika jumlah penjualan tidak sesuai dengan rencana	3 orang 16,6%	15 orang 83,3 %
Total persentase		42,59%	57,40%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung, mengenai variabel karakteristik kewirausahaan para responden memiliki karakteristik yang kurang baik, mereka tidak percaya diri dalam melakukan penjualan jika mengalami situasi yang sulit di prediksi, seperti situasi saat ini yaitu adanya virus covid corona, namun di satu sisi sebagian dari mereka memiliki inisiatif untuk melakukan strategi lain dalam penjualan jika mengalami penurunan, seperti memasarkan ayam potong melalui online dan ayam potong bisa di antar ke rumah pembeli atau pembeli bisa mengambil langsung ke rumah si penjual, karena mereka tetap ingin mendapatkan keuntungan seperti sebelum adanya situasi sekarang ini agar tingkat penjualan tetap meningkat, karena mereka tidak berani mengambil risiko jika jumlah penjualan tidak sesuai dengan yang telah mereka rencanakan, dan jika mereka salah dalam mengambil langkah, maka berpengaruh pada kinerja usahanya.

Berdasarkan hasil survei tersebut usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung bahwa dengan adanya ketidakpastian lingkungan seperti situasi saat ini yaitu virus covid corona menjadikan faktor permasalahan bagi pelaku usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung dalam meningkatkan perkembangannya atau penghasilan dalam penjualan, sehingga keuntungan yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan. Permasalahan mengenai karakteristik keawirausahaan bahwa kurangnya kepercayaan diri, inisiatif serta motivasi dalam meningkatkan usahanya menjadi salah satu faktor yang dapat menurunkan penjualannya karena beberapa para pelaku usaha ayam potong cepat memutuskan atau menyerah begitu saja tidak ada keberanian mengambil resiko untuk mempertahankan perkembangan usahanya. Setiap usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung harus memiliki karakter dan kemampuan dalam meningkatkan penjualannya agar usahanya dapat bertahan dan sesuai dengan yang diharapkan.

Hal-hal lain yang menyebabkan kegagalan dalam menjalankan usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung seperti ketidakpastian lingkungan menjadikan ketidakpastian dalam penghasilan karena banyak konsumen yang ketakutan untuk datang atau berbelanja ke pasar. Penyediaan produk yang lengkap seperti adanya ceker ayam, usus, tulang dan lain sebagainya menjadi salah satu faktor keberhasilan usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung. Dalam penetapan harga harus sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen dan tidak berbeda jauh dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing lainnya. Untuk meningkatkan penjualan usaha ayam potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung,

mereka harus mampu melayani konsumen dengan baik disaat mereka melakukan pembelian, pelayan yang cepat dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk terus melakukan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ayam Potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Terjadinya pengembalian produk jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen
2. Jumlah penjualan tidak meningkat setiap harinya
3. Jumlah ayam potong yang ditawarkan menurun jika adanya suatu peristiwa
4. Tidak percaya diri dalam melakukan penjualan jika mengalami situasi yang sulit di prediksi
5. Tidak berani mengambil risiko ketika jumlah penjualan tidak sesuai dengan rencana

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Ketidakpastian Lingkungan di Pasar Ujungberung Kota Bandung?
2. Bagaimana tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Karakteristik Kewirausahaan di Pasar Ujungberung Kota Bandung?
3. Bagaimana tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Kinerja Usaha di Pasar Ujungberung Kota Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ayam Potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung Secara Parsial Maupun Secara Simultan?

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah menambah wawasan bagi penulis, terutama untuk mengetahui dalam hal mengenai Ketidakpastian Lingkungan, Karakteristik Kewirausahaan, dan Kinerja Usaha. Dan agar mengetahui seberapa besar Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Ada pula tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Ketidakpastian Lingkungan di Pasar Ujungberung Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Karakteristik Kewirausahaan di Pasar Ujungberung Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden pelaku usaha ayam potong mengenai Kinerja Usaha di Pasar Ujungberung Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Ayam Potong di Pasar Ujungberung Kota Bandung Secara Parsial Maupun Secara Simultan.

## **1.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Ujungberung Kota Bandung.

2. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai bulan April 2020. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Waktu penelitian**

No	Kegiatan	Bulan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi																				
2	Identifikasi Masalah																				
3	Pengajuan Judul																				
4	Survey Awal																				
5	Pengajuan UP Bab 1 dan 2																				
6	Pengajuan UP Bab 3																				