

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin eksis di eras sekarang tentu berperan dalam pergerakan ekonomi. Peran pemerintah melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam mendukung UMKM sangat diperlukan untuk melakukan beragam pembenahan UMKM. Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat tentu menyebabkan persebaran wilayah hingga ke beberapa daerah. Pembenahan-pembenahan yang dilakukan pemerintah terhadap UMKM agar dapat bertahan serta berkembang lebih maju lagi. Fenomena menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah dalam melakukan pembinaan terhadap UKM belum memberikan hasil yang maksimal, seperti data berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Data UKM Binaan Provinsi Jawa Tengah Periode 2014 - 2018**

Tahun	Jumlah UKM	Growth	Aset (Milliar)	Growth	Omzet (Milliar)	Growth
2014	64,294	-	3.976	-	9527	-
2015	65,878	2.46	4.334	9.00	10.194	7.00
2016	67,616	2.64	5.266	21.50	14.476	42.01
2017	68,960	1.99	5.078	-3.57	12.143	-16.12
2018	69,704	1.08	4.989	-1.75	11.789	-2.92
	336,452		23,643		58,129	

Sumber: Dinas Perindustri dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah, 2020

Berpedoman data hasil binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah selama periode 2014 hingga 2018 terlihat bahwa jumlah UMKM di Provinsi Jawa Tengah terus mengalami peningkatan. Akan tetapi peningkatan jumlah UKM tersebut tidak diimbangi dengan jumlah asset dan omset yang diperoleh UKM. Pada tahun 2015 hingga 2017 terjadi peningkatan yang signifikan, akan tetapi pada tahun 2017 hingga 2018 justru terjadi penurunan. Berpedoman data tersebut memberikan indikasi bahwa kinerja UMKM masih kurang maksimal. Kinerja UMKM yang kurang maksimal tersebut tidak lepas karena peran komitmen afektif dari karyawannya. Berpedoman atas Robbins and Judge (2007) komitmen dapat dicirikan sebagai keadaan di mana seseorang berpihak pada organisasi dan tujuannya dan ingin mempertahankan partisipasi dalam organisasi. Sedangkan Robert Stringer (dalam Wirawan 2008) mencirikan komitmen dengan merefleksikan kebanggaan individu terhadap organisasi dan derajat dedikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Komitmen afektif berkaitan dengan perasaan, perasaan, dan orang yang cerdas dalam suatu organisasi, individu yang memiliki komitmen yang memiliki hubungan yang penuh semangat dengan organisasi yang memiliki intuisi dan perasaan senang serta menghargai perannya dalam organisasi. Oleh karena itu komitmen emosional, komitmen standarisasi dan komitmen persisten, sedangkan komitmen pengaturan sementara memiliki komitmen tiada henti yang lebih tinggi (komitmen yang sehat) (Nurtjahjanti, 2013). Perasaan kuat terhadap organisasi akan memotivasi karyawan untuk bertindak lebih terhadap organisasi meliputi bekerja secara maksimal serta mengedepankan pencapaian dari tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga tujuan berupa

peningkatan harga jual produk akan diusahakan semaksimal mungkin untuk dapat tercapai. Perasaan bangga memberikan prestasi bagi nilai kinerja organisasi dan perasaan terikat secara emosional mampu meningkatkan kinerja dari masing-masing karyawan untuk lebih berkomitmen dan bersungguh-sungguh terhadap tugasnya sehingga volume penjualan produk menjadi semakin tinggi yang juga diikuti dengan kenaikan jumlah modal. Karyawan yang memiliki rasa terikat yang tinggi dengan organisasi akan mendedikasikan waktunya untuk mengabdikan (berkarir) kepada organisasi secara totalitas demi tercapainya tujuan organisasi khususnya pertumbuhan volume penjualan produk diikuti dengan pertumbuhan modal organisasi untuk kepentingan usaha pada periode-periode berikutnya.

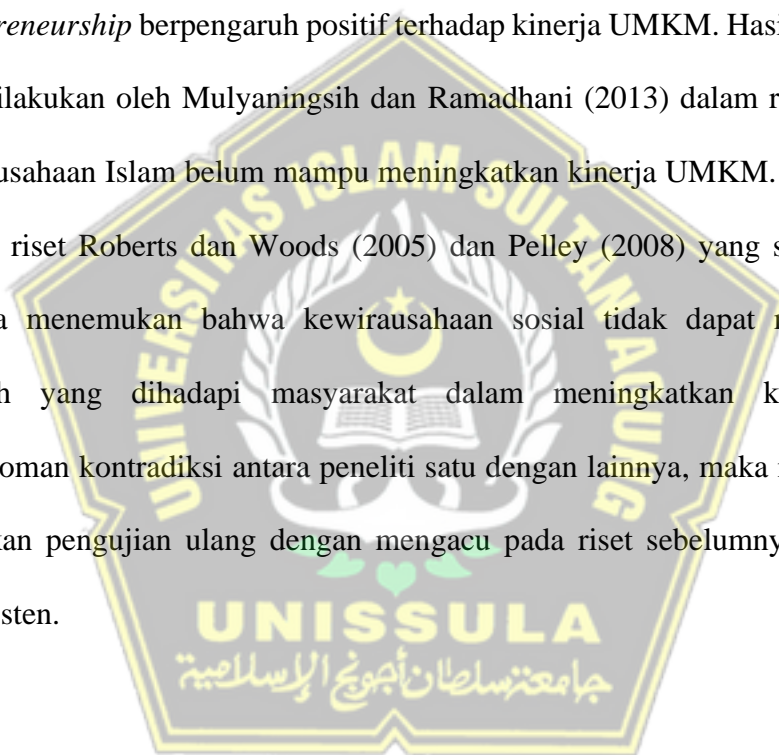
Bisnis dalam pandangan Islam adalah sebuah sudut pandang kehidupan yang terkumpul dalam muamalah muamalah, menjadi isu-isu spesifik yang erat kaitannya dengan hubungan horizontal, khususnya hubungan antara orang-orang yang akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat. Kemenangan dalam dunia usaha dalam Islam bukan seperti yang diukur dari hasil kesimpulan tetapi lebih dari itu cara dan implikasinya untuk mewujudkan praktik perdagangan yang merupakan bagian dari amal ibadah atau amal saleh. Posisi bisnis dan perdagangan dalam Islam mendorong para pengikutnya untuk merambah ke perdagangan (Musfialdy dan Soim, 2016). Kurang maksimalnya kinerja UMKM belum mampu menciptakan tingkat pemerataan pendapatan yang real, padahal pemerintah sudah memberikan bimbingan hingga pendanaan agar kinerja UMKM tersebut maksimal. Masyarakat terkadang malah dibuat manja dengan bantuan dari pemerintah dalam memanfaatkan produktivitas secara maksimal, akan tetapi sebagian yang

menganggap bahwa bantuan tersebut sebagai kewajiban pemerintah dalam melayani masyarakat. Belum lagi dengan persepsi bahwa dengan melakukan wirausaha memiliki kecenderungan menggunakan paham kapitalis, dimana masalah pengangguran dan tidak meratanya kesejahteraan sosial merupakan bagian yang tak akan pernah terpisahkan.

Di tengah merebaknya paham kapitalis, konsep kewirausahaan sosial Islam yang terkait dengan pengentasan kemiskinan bisa menawarkan bentuk pembenaran atas keberadaan kewirausahaan sosial serta wirausaha sosial dalam menangani masalah sosial, termasuk kemiskinan, dari sudut pandang agama, terutama di beberapa negara Muslim. Menurut Basheer (2010) menjelaskan bahwa dengan menerapkan *islamic entrepreneurship* memiliki karakteristik, diantaranya karena peran *social driver* dan *economic drivers*. *Social drivers* adalah penyesuaian hubungan antara ubudiyah dan Allah (Hablumminallah) dan muamalah orang dengan individu Muslim dan hewan Allah lainnya (Hablumminnas) (Abaas, et.al, 2018). Penggerak sosial di perusahaan yang ditandai dengan intuisi yang saling melengkapi antara pekerja dan administrasi dan antara satu sama lain. Pengaturan pendorong sosial sangat bergantung pada kualitas aset manusia perwakilannya. Koneksi atau penyangga seseorang ke perusahaan dibangun karena dapat memiliki koneksi yang dekat atau sistem yang hebat. Organisasi mulai menyadari bahwa intuisi yang hebat dan koneksi antara perwakilan dalam pekerjaan sangat penting karena mereka mempengaruhi eksekusi perwakilan yang mempengaruhi kinerja organisasi. (Akdere, dalam Widodo dan Zulfa, 2017). *Economic drivers* dapat diartikan sebagai pemerataan dari segala sesuatu yang telah dikaruniakan kepada

hamba-hambanya (Widodo dan Zulfa, 2017). Organisasi harus mempunyai kemampuan dalam mensejahterakan para karyawannya secara adil sehingga akan terbentuk kesamaan sistem dan kemampuan dalam mencapai kinerja yang maksimal.

Riset tentang kinerja UMKM telah banyak dilakukan oleh banyak peneliti, seperti Musfialdy dan Soim (2016) yang menunjukkan bahwa *Islamic Entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hasil riset berbeda yang dilakukan oleh Mulyaningsih dan Ramadhani (2013) dalam risetnya bahwa kewirausahaan Islam belum mampu meningkatkan kinerja UMKM. Begitu halnya dengan riset Roberts dan Woods (2005) dan Pelley (2008) yang sebagian besar risetnya menemukan bahwa kewirausahaan sosial tidak dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat dalam meningkatkan kinerja UKM. Berpedoman kontradiksi antara peneliti satu dengan lainnya, maka menarik untuk dilakukan pengujian ulang dengan mengacu pada riset sebelumnya yang masih inkonsisten.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berpedoman latar belakang masalah yang sudah dijabarkan pada analisa sebelumnya dapat diketahui bahwa permasalahan UMKM adalah menurunnya kinerja yang dihasilkan sehingga perumusan studi yang ditetapkan adalah:

1. Bagaimana pengaruh *social drivers* dan *economic drivers* terhadap komitmen afektif ?
2. Bagaimana pengaruh *social drivers*, *economic drivers* dan komitmen afektif terhadap kinerja UMKM telur asin di Kabupaten Brebes ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dengan terealisasikannya riset ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *social drivers* dan *economic drivers* dalam meningkatkan komitmen afektif.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *social drivers*, *economic drivers* dan komitmen afektif terhadap kinerja UMKM telur asin di Kabupaten Brebes.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Implementasi riil atas riset ini dimaksudkan untuk memperoleh nilai kemanfaatan dari segi teoritis dan praktis sebagaimana



#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Analisa riset ini dimaksudkan untuk mendapatkan beragam nilai manfaat secara keilmuan antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Riset ini dimaksudkan untuk menambah nilai wawasan keilmuan teoritis atas aspek eksogen dan endogen studi.

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Analisa riset ini dimaksudkan untuk mendapatkan beragam nilai manfaat secara praktek di lapangan antara lain:

1. Manfaat Praktis

Riset ini dimaksudkan mampu menjadi konklusi pendukung dalam realisasi program pemasaran yang dilakukan pihak pemasar.

