

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang menjanjikan. Hal tersebut dibuktikan dengan pertumbuhan tingkat pendapatan rata-rata masyarakat (GDP) selama lima belas tahun terakhir yang mengalami kenaikan, yaitu diatas 4% (2002-2014). Walaupun sempat mengalami penurunan ditahun 2014-2015, namun GDP Indonesia menunjukkan peningkatan dari \$285.9 juta pada 2006 menjadi \$861.9 juta pada 2015 (Data *World Bank* dalam *Global Entrepreneurship Monitor*, 2016). Pertumbuhan ekonomi ini tidak terlepas dari program pemerintah dalam memberdayakan masyarakat untuk berwirausaha.

Pertumbuhan bisnis di Indonesia menjadi salah satu faktor pendorong perbaikan ekonomi. Peningkatan jumlah pelaku usaha atau bisnis di Indonesia sebesar 17,6% atau dari 22,7 juta usaha pada 2006 menjadi 26,7 juta usaha pada 2016 (Sensus Ekonomi 2016, Badan Pusat Statistik) menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku bisnis di Indonesia akan mempengaruhi kegiatan perekonomian, seperti perputaran uang di pasar, bank, dan lembaga keuangan lainnya. Perputaran uang yang lancar dalam kegiatan bisnis dan perekonomian dapat menciptakan iklim ekonomi yang sehat sehingga pertumbuhan ekonomi juga dapat dioptimalkan.

Berdasarkan data *Easy of Doing Business Index* dari *Global Entrepreneurship Monitor* 2016, Indonesia memang mengalami pertumbuhan dari tahun

sebelumnya, yakni peringkat 106 dibandingkan dengan peringkat 120 pada tahun 2015. Namun, Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain di ASEAN seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina.

Tabel 1.1 *Easy of Doing Business Index*

NO	Negara-Negara ASEAN	<i>Ease of Doing Business Index -2016</i>
1.	Singapore	1
2.	Malaysia	18
3.	Thailand	49
4.	Vietnam	90
5.	Phillipines	103
6.	Indonesia	106

Sumber : World Bank dalam GEM 2016

Data tersebut membuktikan bahwa Indonesia masih perlu meningkatkan kemudahan dalam hal berbisnis. Harapan pemerintah terkait pertumbuhan dan pemberdayaan *entrepreneur* sebaiknya sejalan dengan upaya yang dilakukan. Pemerintah memang telah melakukan beberapa program yang dapat mendorong lahirnya *entrepreneur* baru, sebagai contoh bekerja sama dengan universitas-universitas dalam negeri untuk menanamkan nilai-nilai dan ketrampilan wirausaha, memberikan bantuan berupa pelayanan terkait pendirian usaha, modal, dan kebutuhan lainnya bagi para pelaku bisnis, termasuk UKM.

Namun, pemerintah masih perlu meningkatkan kinerja dan dukungannya terhadap dunia bisnis di Indonesia agar dapat mengejar ketertinggalan Indonesia dengan negara-negara ASEAN lainnya. Peningkatan dukungan seperti perbaikan

sistem terkait pendirian usaha, kemudahan peminjaman modal, sosialisasi kewirausahaan, dan pemberdayaan masyarakat dapat meningkatkan iklim *entrepreneurship* yang kondusif bagi pelaku bisnis. Semakin kondusif lingkungan bisnis di Indonesia, akan semakin meningkatkan *entrepreneurial entry* atau jumlah pendatang baru dalam dunia bisnis.

Entrepreneurial entry dalam *entrepreneurship* memang sangat berpengaruh terhadap *entrepreneurial cycle* (Aldrich dalam DeTienne & Wennberg, 2016). Roda kegiatan *entrepreneurship* dimulai dari *entry* atau ketika mereka masuk ke dunia bisnis. Hal ini pun juga didukung oleh studi-studi terkait *entrepreneurship* atau literatur tentang *business*. Studi-studi tersebut lebih banyak membahas mengenai *entry* dan *growth of business*. Namun, *entrepreneurial cycle* tidak akan lengkap hanya dengan *entry* dan *growth* saja tanpa adanya *exit*. Namun, kebanyakan *entrepreneur* menyamakan *exit* dengan kegagalan usaha atau *failure*, walaupun tidak selalu begitu kenyataannya (Simmons et al., 2014). *Discontinuance* atau penghentian usaha tidak selalu sama dengan *exit*. Pemahaman yang sedikit terkait *exit* dalam bisnis atau yang biasa disebut *business exit* ini dikarenakan sedikitnya studi atau pembahasan *exit* dalam literatur *entrepreneurship*, terutama di Indonesia.

Namun, dalam 10 tahun terakhir ini, *business exit* sudah mulai mendapat porsi dalam studi *entrepreneurship*. Beberapa penelitian terkait *business exit* dilakukan oleh para ahli dibidang *entrepreneurship* (Prisciotta & Weber, 2005; Wennberg et al., 2010; DeTienne & Cardon, 2010; DeTienne et al., 2014; Wennberg & DeTienne, 2016), sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai

bahan acuan dalam memahami pentingnya *exit* dalam kegiatan bisnis. Berdasarkan pemahaman bahwa *exit* merupakan bagian dalam proses *entrepreneurship*, beberapa ahli mulai meneliti tentang strategi *exit* dan rute *exit* yang berbeda yang dapat menjadi pertimbangan para pemilik bisnis (De Hoe, 2016).

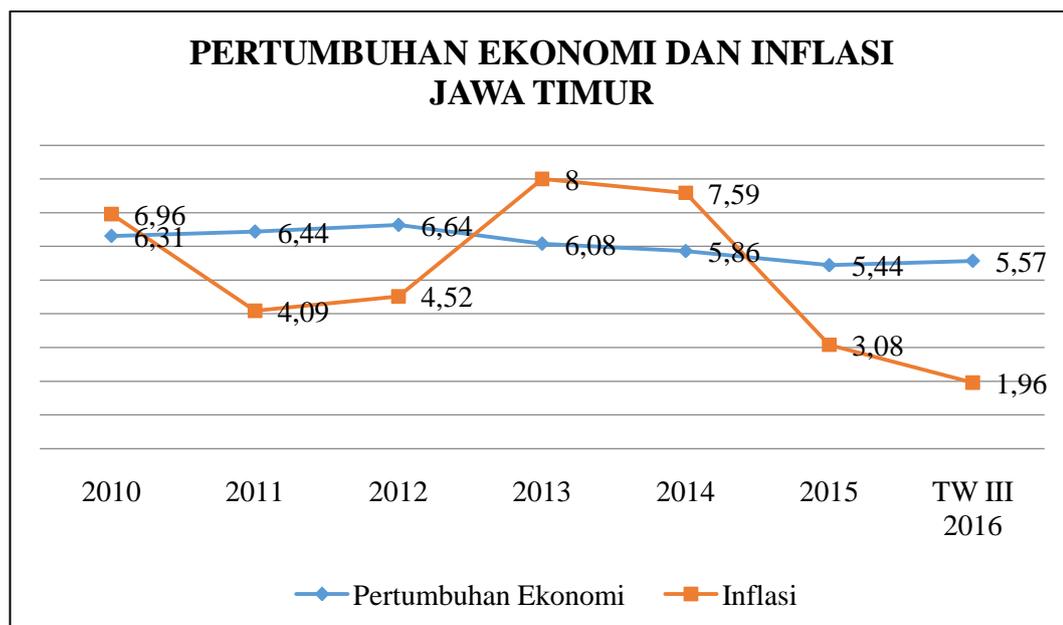
Secara konsep, *business exit* berarti memutuskan waktu dan pilihan yang tepat untuk keluar dari bisnis yang sudah dibangun dengan ‘memanen’ atau ‘*harvesting*’ hasil dari investasi pemilik dalam bisnisnya (Schaper dan Volery, 2007). Keluar dari bisnis yang telah dibangun, terutama dalam kondisi yang sedang prima memang jarang dilakukan oleh kebanyakan *entrepreneur*. Beberapa studi menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang berbeda yang mendasari *entrepreneur* untuk *exit* dari bisnisnya, *entrepreneur* terkadang keluar dari bisnis dikarenakan kegagalan dalam bisnis mereka dan terkadang tidak (DeTienne & Wennberg, 2014).

Business exit sendiri merupakan salah satu contoh dari intensi dan tindakan terencana yang digerakkan oleh variabel tertentu. Menurut DeTienne & Cardon (2010), pemilik bisnis memiliki keinginan untuk *exit* dari bisnisnya dipengaruhi oleh pengalaman *entrepreneurial* terdahulu mereka, pengalaman industri, usia dan tingkat pendidikan. Berdasarkan literatur tentang *business exit*, ada faktor-faktor yang mendasari pemilik bisnis memilih untuk *exit*, beberapa diantaranya adalah *entrepreneurial orientation*, *psychological ownership*, kinerja perusahaan atau *firm performance*, motivasi dan intensi untuk *exit*.

Pembahasan mengenai *business exit* masih sangat sedikit dilakukan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini akan memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneur* untuk *exit*, terutama pada faktor kinerja perusahaan atau *firm performance*, motivasi dan intensi untuk *exit*. Pemahaman mengenai *business exit* dirasa sama pentingnya dengan pemahaman tentang *business entry* dan *growth*, karena beberapa *entrepreneur* yang bertahan lebih lama dalam bisnisnya dapat dipengaruhi oleh kemampuan individual tersebut dalam menjalankan bisnis. *Entrepreneur* yang cakap akan lebih sedikit mengalami potensi kegagalan usaha yang mengharuskan mereka menutup bisnisnya secara paksa. Maka, memahami *business exit* akan sangat membantu para *entrepreneur* dalam hal peningkatan kualitas kinerja, terutama di Indonesia.

Jumlah pelaku bisnis di Indonesia yang semakin bertambah mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin tertarik untuk berwirausaha. Usaha Kecil dan Menengah atau UKM adalah contoh usaha atau bisnis yang sedang mengalami peningkatan minat di masyarakat, dimana UKM juga merupakan *platform* yang sesuai untuk mengaplikasikan *entrepreneurship*. Minat masyarakat yang meningkat tersebut juga menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan pemerintah terkait UKM tidak sia-sia. UKM menjadi potensi besar dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia, karena UKM dapat menyerap tenaga kerja, mengurangi kemiskinan, dan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Terlebih lagi, potensi UKM yang besar juga dapat berkontribusi terhadap pendapatan dan perkembangan daerah UKM didirikan.

Dilihat dari posisi geoekonomi, Jawa Timur merupakan *center of gravity*, dimana Jawa Timur merupakan provinsi berpengaruh terhadap perekonomian daerah lain di Indonesia berdasarkan *Interregional Input Output Model* yang disampaikan oleh Kepala Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (BAPPENAS) Provinsi Jatim, Prof. Bambang Brojonegoro dalam Forum Pengembangan Industri dan Perdagangan di Jawa Timur. Perekonomian Provinsi Jawa Timur mengalami pertumbuhan sebesar 5,57% pada 2016, menunjukkan perbaikan dari tahun sebelumnya yaitu 5,44%.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi dan Inflasi Jawa Timur

KETERANGAN

Pertumbuhan ekonomi diatas tingkat inflasi, kecuali pada tahun 2013 dan 2014 → inflasi lebih tinggi karena faktor **ADMINISTERED PRICE** (kebijakan penyesuaian harga BBM)

Sumber : BPS, 2016

Kemajuan tersebut tidak lepas dari kontribusi aktif UKM di Jawa Timur, terutama Kota Surabaya sebagai Ibukota provinsi dan termasuk dalam 5 daerah dengan jumlah UKM terbanyak di Jawa Timur setelah Jember, Banyuwangi, Bojonegoro dan Sumenep.

Tabel 1.2 Jumlah UKM di Provinsi Jawa Timur Sektor Non Pertanian

NO	KABUPATEN/ KOTA	Mikro	Kecil	Menengah	Total
1	KAB BLITAR	87.107	7.751	780	95.638
2	KAB KEDIRI	74.846			74.846
3	KAB MALANG	148.924	19.217	1.441	169.582
4	KAB JEMBER	175.784		1.056	176.840
5	KAB BANYUWANGI	130.418	13.308	1.057	144.783
6	KAB PROBOLINGGO	63.209			63.209
7	KAB PASURUAN	95.790	7.747	801	104.338
8	KAB BOJONEGORO	68.325			68.325
9	KAB LAMONGAN	73.556	6.836		80.392
10	KAB SUMENEP	63.181			63.181
11	KOTA SURABAYA		31.697	6.018	37.715
12	KAB SIDOARJO		14.371	1.388	15.759
13	KAB GRESIK		8.186		8.186
14	KOTA MALANG		9.335	1.186	10.521
15	KAB JOMBANG		7.411		7.411
16	KAB MOJOKERTO			1.859	1.859
18	KAB NGAWI			437	437
11	Kab/ Kota lainnya	1.481.822	99.552	9.092	
	Jumlah	2.462.962	225.411	25.115	2.713.488
Total UMKM Jawa Timur					6.825.931

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM, 2013

Sebagai kota industri, Surabaya memiliki potensi lebih untuk dikembangkan. UKM-UKM di Surabaya dapat lebih diberdayakan untuk lebih mendongkrak persaingan UKM di Jawa Timur. Salah satu cara untuk meningkatkan potensi UKM di Surabaya adalah dengan meningkatkan produktivitas usaha agar produk UKM Kota Surabaya dapat lebih dikenal dan memiliki daya saing lebih dari

daerah lain. Kualitas produk dan manajemen bisnis yang baik oleh pemilik UKM dapat meningkatkan eksistensi UKM Kota Surabaya jika dibandingkan dengan daerah lain di Jawa Timur.

Produktivitas bisnis atau usaha seperti UKM tidak terlepas dari kemampuan dan strategi sang pemilik dalam mengelola bisnisnya. Kemampuan berwirausaha termasuk kemampuan *'harvesting'* dalam *business exit* dapat memberikan manfaat bagi pemilik UKM Kota Surabaya untuk lebih produktif dalam menjalankan bisnisnya, terlebih lagi kemampuan pemilik UKM dalam mengelola bisnisnya akan menentukan keberlanjutan bisnis mereka di masa depan. Apabila produktivitas UKM meningkat, maka akan meningkatkan perekonomian Jawa Timur pula. Namun, sedikitnya pelaku bisnis yang menerapkan *business exit* mengindikasikan kurangnya pemahaman terkait *business exit* itu sendiri. Faktor-faktor yang mendasari keputusan pemilik bisnis untuk *exit* mungkin belum tentu dapat diterapkan seluruhnya dalam organisasi bisnis seperti UKM, namun faktor-faktor yang mendasari keputusan pemilik UKM untuk melakukan *business exit* dianggap penting untuk diteliti dan diterapkan kemudian hari oleh pelaku UKM di Kota Surabaya. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul **“ANALISIS DETERMINAN FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN UNTUK MELAKUKAN *BUSINESS EXIT* PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) (Survei Pada Pemilik UKM di Kota Surabaya)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana deskripsi pemilik usaha dan demografi terkait *business exit*?
2. Apakah faktor-faktor dalam *firm performance (size growth, sales growth & profit growth)*, motivasi (*necessity of income, additional income & wealth for profit*), dan *exit intention (frequencies of thoughts & intention to exit)* mendasari keputusan *business exit* pada pemilik UKM di Kota Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan pemilik usaha dan demografi terkait *business exit*.
2. Menjelaskan faktor-faktor dalam *firm performance (size growth, sales growth & profit growth)*, motivasi (*necessity of income, additional income & wealth for profit*), dan *exit intention (frequencies of thoughts & intention to exit)* mendasari keputusan *business exit* pada pemilik UKM di Kota Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan agar penelitian yang dilakukan dapat memberikan kontribusi atau manfaat sebagai berikut :

1. Akademis

- a. Penelitian ini melihat kebutuhan pembahasan konteks *entrepreneurship* secara holistik. Mayoritas penelitian *entrepreneurship* membahas tentang awal (*start*), bagaimana bisnis berjalan (*run*), dan bagaimana bisnis berkembang (*grow*). Dalam konteks Indonesia secara umum, pembahasan *entrepreneurship* lebih berfokus kepada makro dan bagaimana pengaruhnya terhadap negara daripada pengaruh *entrepreneurship* terhadap *entrepreneur* itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menemukan “*knowledge gap*” yang ada dalam pembahasan *entrepreneurship* dan memberikan solusi terhadap gap tersebut.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dalam perkembangan dunia *entrepreneurship* yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para *entrepreneur* dalam menjalankan usaha terkait dengan *exit strategy* yang diteliti oleh peneliti.

2. Praktis

- a. Bagi stakeholder eksternal seperti perbankan dan pemerintah, penelitian ini dapat menjadi sarana bagi dunia perbankan untuk memahami *cost and benefit* atas peminjaman modal yang diberikan kepada pemilik usaha, sehingga dapat menghindari potensi kehilangan modal. Bagi pemerintah, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman bahwa *entrepreneurship* tidak hanya tentang *start, run, & growth*, melainkan juga *exit* sebagai *entrepreneurial*

reality agar pertumbuhan *entrepreneurship* di Indonesia dapat lebih berkembang.

- b. Bagi pemilik UKM di Kota Surabaya, sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam memahami peran *business exit* bagi usahanya dan pengambilan keputusan stratejik terkait usahanya.
- c. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk memperdalam ilmu pengetahuan terkait dunia *entrepreneurship* secara umum, dan *business exit* secara khusus. Serta dapat mengisi kesenjangan atau *gap* yang terjadi dalam studi *entrepreneurship* dan *business exit*, dimana studi tentang ini masih sangat jarang di Indonesia.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam proposal skripsi ini terdiri dari lima bab, berikut adalah uraian singkat terkait pokok bahasan :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang melandasi penelitian, meliputi *entrepreneurship*, *business exit* dan konsep UKM.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, konsep, variabel, dan definisi operasional, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian terhadap responden dan pembahasannya dalam analisis deskriptif responden dan demografi, analisis deskriptif variabel *firm performance*, analisis statistik deskriptif variabel motivasi, *exit intention* dan TPB, serta analisis faktor variabel motivasi, *exit intention* dan TPB.

BAB V PENUTUPAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, implikasi penelitian dan pemberian saran terhadap peneliti selanjutnya.