

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan adalah suatu proses di mana individu atau kelompok individu melakukan upaya dan sarana yang terorganisir untuk menangkap peluang untuk menghasilkan nilai dan berkembang dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui penemuan dan keunikan (Priyadi 2020).

Soeparman Soemahamidjaja, 1980 dalam Soedrajat 2011 menyebutkan wirausaha adalah orang-orang yang memiliki karakter wirausaha dan mengaplikasikan hakikat kewirausahaan dalam hidupnya. Dengan katalain, wirausaha adalah orang-orang yang memiliki jiwa kreativitas dan inovatif yang tinggi dalam hidupnya. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan.

Prawirokusumo, dalam Soedrajat 2011 menguraikan Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan (*preparation*) hidup Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya.

Etos juga berarti adat istiadat atau kebiasaan, dan Seperangkat perilaku kerja positif yang berakar pada kesadaran yang kental, keyakinan yang fundamental, disertai komitmen yang total pada paradigma yang integral dan

etos lebih menekankan pada apa yang penting dan pantas dilakukan atau tidak pantas dilakukan. (Sinamo, JH, 2008).

Etika kerja merupakan produk dari sistem kepercayaan yang diterima seseorang atau kelompok atau masyarakat (Sinamo, 2008). Djakfar (2007:20) “bagaimanapun perilaku mencerminkan etika seseorang atau dengan kata lain, perilaku berealisasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis”. Qardawi (2001) dalam Djakfar (2007:22), antara bisnis dan etika tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan etika, antara politik dan etika, dan antara perang dan etika.

Modal sosial adalah kepercayaan interpersonal sebagai dasar dari hubungan sosial dan rasa saling percaya mendorong kerjasama antar pribadi, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan aktivitas ekonomi. Fukuyama menempatkan fokus tinggi pada hubungan sosial yang menghasilkan kepercayaan interpersonal, norma bersama, dan pemahaman agar individu dapat bergaul satu sama lain dan berkontribusi pada pengembangan modal sosial (Subakti 2014).

Keunggulan bersaing Porter (1986) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Pengusaha yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Wirausahawan Madura yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan pengusaha lain, orang Madura dianggap sebagai orang yang teliti dan pekerja keras di daerah migrasinya. Hal tersebut muncul karena beberapa faktor salah satunya adalah harga diri, mereka memiliki prinsip lebih baik membangun usaha sendiri walaupun kecil daripada harus ikut bekerja dengan orang lain (Syariah 2020). Etos kerja keras, di daerah rantau seringkali orang yang bermigrasi ke lingkungan baru akan mengalami *culture shock* atau gegar budaya, *homesick* atau rindu pada lingkungan lama. Namun hal tersebut tidak terjadi terhadap orang Madura karena secara natural orang Madura akan memastikan dirinya siap dan kemudian mereka akan berkumpul dengan yang satu etnis dengannya (Maisaroh 2016). Dengan rasa senasib yang sama, sesama orang Madura akan memberikan peluang bagi saudara maupun teman mereka yang belum memiliki pekerjaan dengan membawanya ikut bekerja dalam sektor pekerjaan yang sama. Sehingga dengan pengalaman selama ikut bekerja, mereka tidak harus memiliki kemampuan yang tinggi untuk membangun usaha karena sudah memiliki pengalaman tersebut. Selain itu, tingkat pendidikan masyarakat Madura masih rendah sehingga mereka menggunakan kemampuan yang mereka punya dalam membangun usaha yang mereka bisa ciptakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha Madura di daerah rantauan salah satunya tercermin dari pengusaha warung kelontong Madura yang sering ditemukan di kota besar maupun kecil mereka memiliki keunikan yang sama dengan warung kelontong sesama etnisnya, seperti buka memiliki jam kerja selama 24 jam,

dengan gaya dan tata kelola warung yang rapih, serta dalam satu wilayah bukan hanya satu dua namun bisa ditemukan beberapa Warung Madura.

Warung Madura adalah Warung kelontong atau sembako, dari warung kecil, hingga warung besar atau agen dan warung tipe lain yang memiliki keunikan tersendiri. Namun bukan sekedar unik dan berkarater tersendiri dengan jarak warung yang tidak cukup jauh. Warung kelontong yang dijaga oleh orang dari Madura ini semakin menjamur, kemunculannya bukan hal baru di Kota Pasuruan. Hampir setiap kelurahan di Kota Pasuruan memiliki setidaknya satu warung yang dijaga oleh perantau dari Madura. Bahkan saat ini, Warung Madura sudah semakin berkembang, tidak hanya menjual sembako dan kebutuhan pokok, namun sudah mulai merambah ke bisnis lain seperti menjual pulsa, token listrik, bahkan bahan bakar kendaraan bermotor seperti bensin.

Dari observasi peneltiti untuk sementara ini pemilik Warung Madura biasanya hanya mengambil untung sedikit sehingga harga di konsumen bisa lebih murah. Contohnya penjualan rokok, mereka biasa mengambil untung antara Rp, 500, -sampai 1.500, - dan juga bisa dijual secara eceran. hal ini yang tidak bisa dilakukan minimarket, begitu juga penjualan bensin eceran ini adalah sektor barang yang paling laku di Warung Madura, dan yang membuat Warung Madura tetap berkembang karena menerapkan solidaritas di perantauan.

Warung Madura tentunya akan memberi banyak manfaat yang dapat diperoleh bagi calon konsumen, dalam arti bahwa calon konsumen dimanjakan dalam banyak pilihan, produk beragam, dan tersedia dalam waktu 24 jama, terbuka kesempatan kerja dimana-mana dari sesama komonitas orang Madura



dan dapat memotivasi kepada sesama pengusaha Warung Madura secara domestik untuk meningkatkan kualitas layanan dan kualitas produk untuk memenangkan persaingan. Namun dibalik segi positif yang dapat dinikmati oleh para calon konsumen, disisi lain secara pelan akan menggusur eksistensi dari warung yang sama dari masyarakat lokal di luar komunitas Warung Madura.

Pedagang Warung Madura menjual dagangannya sebagian besar berada di pinggir jalanan yang berupa rumah-rumah kecil, kios ataupun ruko (rumah toko) yang mereka sewa. Seperti diketahui bahwa setiap warung kelontong menyediakan produk yang sama dengan warung kelontong lainnya, hampir sama atau tidak ada keberagaman produk yang ditawarkan antar pesaing sehingga persaingan menjadi sangat tinggi. Jika pelaku usaha warung kelontong tidak memiliki strategi bersaing yang mampu menarik konsumen dan menyaingi pesaingnya maka usaha tersebut akan tertinggal. Selama menjalankan usahanya, pelaku usaha warung kelontong cenderung hanya memenuhi apa yang diminta pelanggan. Hal tersebut terjadi karena kurangnya inovasi dan pelaku usaha warung kelontong yang cenderung hanya mengerjakan sesuatu sesuai permintaan pelanggan tanpa memberikan masukan dan ide baru atas produk warung kelontong tersebut. Tentunya hal ini sangat menghambat penciptaan sistem pelayanan maupun jenis produk yang dijual oleh warung kelontong yang lebih unggul dan berkualitas yang akan mendorong tingkat keunggulan bersaing usaha tersebut. Sikap pelaku usaha warung kelontong yang tidak proaktif dan enggan mengambil resiko akan menghambat inovasi dan perkembangan usaha karena pelaku usaha warung kelontong tidak dapat memenuhi apa yang menjadi

kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk yang dihasilkan tidak memiliki keunggulan dan kualitas yang tinggi seperti yang diharapkan konsumen. Untuk itulah Warung Madura sebagai warung kas etnis Madura akan memberikan keunikan tersendiri dalam memberikan pelayanannya pada konsumennya dengan membuka warung selama 24 jam, hal lain yang akan membuat dan melatarbelakangi tingginya keunggulan bersaing dari Warung Madura karena tidak semua pelaku usaha warung kelontong melakukan pertimbangan mengenai orientasi pelanggan, pesaing dan koordinasi antarfungsi yang menyebabkan pelaku usaha warung kelontong tidak mengetahui informasi mengenai trend pasar yang terus berkembang dalam hal pelayanan, banyak pelaku usaha warung kelontong tidak dapat membenahi kekurangan mereka dan juga menghambat pemanfaatan sumber daya usaha secara maksimal sehingga tidak dapat menghasilkan nilai unggul yang mengakibatkan keunggulan bersaingnya menjadi rendah. Selain itu pelaku usaha warung kelontong juga tidak gencar dalam menggali informasi mengenai perubahan kebutuhan dan selera konsumen serta mengabaikan pergerakan pesaingnya, selain itu para pelaku usaha warung kelontong tidak proaktif dalam memberikan pelayanan demi pemuasan konsumen.

Warung Madura yang ada di wilayah Pasuruan ini keberadaannya tidak dijaga oleh pemiliknya sendiri, tetapi dijaga oleh kaum etnis Madura bersama dengan keluarganya dengan sistem imbalan hasil, disini peneliti dapat mengartikan bahwa keberada Warung Madura bekerjanya dengan sistem jaringan dari kelompok sosial atau etnis kaum migran Madura. Kelompok

migran etnis Madura ini dapat dijadikan sebagai modal sosial yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan bisnis bagi mereka-mereka dari anggota kelompoknya yang memiliki modal atau sebagai pemodal, seperti yang terjadi pada komunitas etnis orang Madura di kota Pasuruan. Modal sosial yang demikian ini, Putnam (2000), adalah bagian dari kehidupan sosial seperti jaringan, norma, kepercayaan, yang mendorong partisipan bertindak bersama secara lebih efektif untuk mencapai tujuan-tujuan bersama.

Adanya fenomena aktual ini maka peneliti tertarik untuk mengkaji yang lebih dalam dari keberadaan Warung Madura ini, peneliti akan meneliti pedagang warung kelontong etnis Madura atau yang dikenal dengan istilah Warung Madura yang ada di wilayah Kota Pasuruan. Mereka adalah pedagang warung kelontong yang berada di pinggir jalan diantara kios-kios orang etnis Jawa dan etnis Cina. Penelitian akan mengeksplorasi dalam kajian kewirausahaan yang dianggap sebagai satu tipe spesifik dari suatu perencanaan usaha. Misalnya, jika ada minimal 2 warung yang beroperasi dengan produk (barang dan jasa) yang sama, maka salah satu di antaranya ingin keluar sebagai pemenang dalam persaingan bisnisnya. Sebagai pemenang dalam dunia bisnis seringkali diartikan mendapat pangsa pasar (market share) terbesar yang nantinya akan mempunyai kekuatan bersaing, minimal nantinya warung tersebut akan menjadi warung yang memiliki keunggulan bersaing dan untuk sementara ini peneliti Warung Madura telah mampu memberikan suasana bersaing yang sudah berlangsung cukup lama dan mampu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya diantara banyaknya pemilik usaha yang sama. Dengan semakin banyaknya

Warung Madura yang bermunculan, di Kota Pasuruan mengakibatkan persaingan harga semakin ketat dan inovatif dalam menawarkan nilai tambah kepada konsumen untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga mereka bisa eksis sepanjang waktu dengan kemajuan usahanya.

Berdasarkan paparan fenomena timbulnya budaya wirausaha Warung Madura tersebut diatas, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kewirausahaan Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing Pada Komunitas Toko Madura Melalui Study Kasus di Kota Pasuruan”**. Dengan demikian maka penelitian akan mengeksplorasi tentang kewirausahaan dan keunggulan bersaing yang dianggap sebagai satu tipe spesifik dari warung Madura dalam memenangkan persaingan.

#### B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimanakah penerapan kewirausahaan dan menciptakan keunggulan bersaing pada komunitas Warung Madura di Kota Pasuruan melalui analisis studi kasus.

#### C. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui penerapan kewirausahaan dan menciptakan keunggulan bersaing pada komunitas Warung Madura di Kota Pasuruan.

#### D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak terkait seperti:

1. Bagi objek penelitian



Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh para pemilik Warung Madura di Kota Pasuruan untuk mengetahui pentingnya strategi kewirausahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing.

## 2. Bagi Penulis

Sebagai wadah untuk menambah wawasan di bidang kewirausahaan khususnya strategi kewirausahaan.

## 3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas, dengan kata lain hasil penelitian ini bisa menambah dan memperkaya bahan bacaan mahasiswa di perpustakaan.

