

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

UMKM (Usaha Mikro dan Kecil Menengah) mempunyai peranan sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru dan lewat UMKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang mendukung pendapatan rumah tangga.

Pada masa sekarang istilah wirausaha (*entrepreneur*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship*) sering kali terdengar, baik dalam bisnis, seminar, pelatihan, program pemberdayaan dan lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep wirausaha tidak hanya berhubungan dengan bisnis semata tetapi dikenal secara luas sehingga dapat ditemui berbagai istilah seperti *social entrepreneur*, *creative entrepreneur* dan lainnya.

Peran kewirausahaan dalam kehidupan manusia yaitu dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi, sosial dan bisnis, menentukan kesuksesan suatu usaha, meningkatkan kemandirian bangsa, komponen penting dalam mempercepat pembangunan daerah, melambungkan inovasi dan ekonomi yang dinamis, dan seorang wirausaha dianggap memiliki status yang secara kualitatif lebih baik dibandingkan dengan anggota masyarakat lainnya.

Persaingan dalam pasar bebas memerlukan potensi yang berkualitas dari masing-masing individu dalam menjalankan usahanya. Persaingan juga berarti

memberi kesempatan yang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk mengembangkan potensinya sehingga dapat bersanding dengan bangsa-bangsa lain yang telah maju. Salah satu cara yang dapat dilakukan dan tepat bagi individu untuk menghadapi era saat ini adalah dengan bekerja sendiri dan tidak bergantung pada pemerintah maupun instansi lainnya yaitu dengan menciptakan pekerjaan sendiri atau berwirausaha selain dapat membantu pembangunan suatu bangsa, bermanfaat pula untuk mengurangi pengangguran serta dalam berwirausaha harus mampu meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dalam dunia bisnisnya.

UMKM merupakan salah satu motor penggerak yang cukup berperan dalam upaya pengembangan industri kuliner di Indonesia. Menurut jenis lapangan usahanya, maka UMKM dibagi menjadi Sembilan sektor, yaitu (1) sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan, (2) pertambangan dan penggalian, (3) industri pengolahan, (4) listrik, gas dan air bersih, (5) bangunan, (6) perdagangan, hotel, dan restoran, (7) pengangkutan dan komunikasi, (8) keuangan, persewaan, dan jasa perusahaan serta (9) sektor jasa-jasa (Bank Indonesia : 2013). Dari kesembilan sektor tersebut, sektor perdagangan, hotel dan restoran yang merupakan salah satu sektor yang banyak diusahakan oleh UMKM. Seiring dengan kemajuan di berbagai bidang yang membawa segala sesuatunya kearah yang lebih efektif dan efisien, maka preferens masyarakat juga berubah termasuk dalam pemenuhan kebutuhan pangan yang didukung oleh pola konsumsi masyarakat yang mulai bergeser ke masakan dan minuman siap saji.

Di masa sekarang ini sulitnya mencari pekerjaan menyebabkan banyaknya pengangguran, hal inilah yang menyebabkan seseorang membuat usaha bisnis. Usaha bisnis tidak mesti skala besar, akan tetapi Usaha Kecil Menengah sudah dapat mengurangi jumlah pengangguran di masa yang sekarang ini. Usaha yang paling dibutuhkan oleh masyarakat adalah dalam hal makanan, karena makanan merupakan suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia. Selama ini di masa yang serba modern ini atas banyaknya konsumen yang menyukai atau menggemari berbagai hal cepat saji, salah satunya yang paling banyak digemari oleh konsumen adalah makanan yang serba instant.

Sejak krisis moneter ditahun 1997-1998 hampir 80% usaha yang dikategorikan besar mengalami kebangkrutan dan malah UMKM dapat bertahan dalam krisis dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang dimilikinya. Bagi sebagian besar kalangan UMKM dianggap sebagai sektor usaha yang tahan banting sehingga mampu bertahan dalam kondisi apapun. Tak jarang dengan kemampuan dan keterbatasan tersebut juga dapat menciptakan lapangan kerja walaupun tidak signifikan.

Sekarang banyak sekali persaingan usaha di berbagai bidang perekonomian di dalam kehidupan masyarakat, termasuk didalamnya adalah persaingan dalam dunia wirausaha. Banyak wirausaha yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memicu para wirausaha untuk berusaha terus maju dan memperbaiki usahanya. Seorang wirausaha harus mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tetap agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu juga

seorang wirausaha harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan wirausaha lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan usahanya.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Pengembangan UMKM ini menjadikan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan UMKM pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu peranan pemerintah serta masyarakat sangat penting dalam peningkatan pengembangan UMKM ini.

Pengembangan sendiri merupakan suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik kesuksesan, maka pengembangan UMKM perlu optimal karena keberadaan UMKM ini memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi di Indonesia.

Untuk mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia berbagai kegiatan dan program pun dilaksanakan oleh pemerintah pusat dan daerah. Dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa pemerintah pusat dan daerah bersama-sama memberdayakan dan mengembangkan UMKM yang ada. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional.

Pemberdayaan usaha mikro menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan melalui peningkatan kapasitas usaha dan keterampilan pengelolaan usaha sekaligus mendorong adanya kepastian perlindungan dan pembinaan usaha.

**Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
Di Indonesia Tahun 2011-2015**

Tahun	Jumlah UMKM
2011	52.764.603
2012	53.823.732
2013	55.206.444
2014	56.534.592
2015	57.895.721

Sumber : Bps.go.id

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah UMKM mengalami peningkatan. Pada tahun 2011 jumlah UMKM di Indonesia berjumlah 52.764.603 unit usaha, dan pada tahun 2015 jumlah UMKM meningkat menjadi 57.895.721 unit usaha.

Saat ini UMKM banyak tersebar di berbagai provinsi di Indonesia tidak terkecuali pada provinsi Jawa Barat. Berikut adalah perkembangan UMKM di Jawa Barat periode 3 tahun 2011-2015 :

**Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
Di Jawa Barat Tahun 2011-2015**

Tahun	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
2011	8.410.246	106.752	7.496
2012	8.616.254	106.592	7.408
2013	8.626.671	116.062	8.181
2014	9.042.519	115.749	8.235
2015	9.218.276	116.036	8.417

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKIM Jawa Barat

Berdasarkan tabel 1.2, dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Jawa Barat terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2011 jumlah UMKM sebanyak 8.524.494 unit usaha, dan sampai pada tahun 2015 jumlah UMKM sebanyak 9.342.729 unit. Hal ini menandakan bahwa dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan sangat penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern, dan sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung memiliki kontribusi cukup besar pada pembentukan ekonomi Provinsi Jawa Barat.

Bandung merupakan kota yang sangat terkenal dengan pesona kulinernya, banyak jenis ragam dari kuliner tersebut yaitu salah satunya kuliner martabak. Peneliti melakukan penelitiannya di Kecamatan Baleendah dan tidak di Kota Bandung, karena dilihat dari tabel Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bandung masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan Kota Bandung, maka dari itu peneliti ingin mengetahui penyebab rendahnya Laju Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Bandung yaitu dengan cara meneliti salah satu UMKM yang ada di Kecamatan Baleendah. Berikut perbandingan tabel Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) di Kota dan Kabupaten Bandung.

**Tabel 1.3 Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE)
di Kota dan Kabupaten Bandung
Tahun 2011-2016**

Tahun	Nama Wilayah LPE (%)	
	Kota Bandung	Kab.Bandung
2011	7,91	5,94
2012	8,53	5,88
2013	7,84	5,94
2014	7,72	6,15
2015	7,64	5,96
2016	7,79	5,92
Rata-rata	7,90	5,96

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota dan Kabupaten Bandung

Pertumbuhan Ekonomi merupakan proses perubahan kondisi perekonomian suatu Negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi dalam kehidupan masyarakat. Laju pertumbuhan ekonomi untuk mengukur kemajuan ekonomi sebagai hasil pembangunan nasional pendapatan perkapitanya dengan kerjanya semakin tinggi tingkat kemakmuran penduduk dan juga tinggi produktivitasnya.

Dapat dilihat dari tabel diatas jumlah LPE Kabupaten Bandung lebih rendah dibandingkan dengan Kota Bandung, hal ini terdapat penyebab yaitu karena di Kabupaten Bandung terdapat banyaknya daerah industri yang dimana pada saat itu terjadi krisis moneter pada Tahun 1998 yang mengakibatkan angka Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) meningkat drastis sehingga jumlah pengangguran menjadi meningkat serta susah nya mencari lapangan pekerjaan, sehingga perlu dilihat dari kondisi ekonomi masyarakatnya secara umum UKM

memiliki pertumbuhan yang signifikan dan dapat diketahui di Baleendah, UKM yang relatif berkembang yaitu seperti, Bakso, Batagor, Bubur Ayam, Martabak, Juice, Roti Bakar dan lain sebagainya.

Di Baleendah UKM yang perkembangannya lebih signifikan yaitu Bakso dan Martabak, tetapi jika UKM Bakso lokasi usahanya berpindah-pindah sehingga sulit untuk diteliti, tetapi beda halnya dengan UKM Martabak ini yang lokasi usahanya tetap dan tidak berpindah-pindah, serta karena bisa dilihat dari jumlah wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah setiap Tahunnya mengalami peningkatan. Para wirausaha ini mayoritas adalah berjenis kelamin laki-laki, yang pada awal pendirian usahanya didasarkan pada minat dan bakat yang kemudian ditekuni menjadi sebuah usaha yang mendapatkan keuntungan. Seperti yang sudah diketahui, Perkembangan dunia kuliner di Indonesia saat ini sudah sangat pesat, terutama di Kabupaten Bandung. Di masa sekarang ini masyarakat lebih cenderung menyukai makanan cepat saji atau instan dan martabak ini adalah kuliner yang disukai oleh semua kalangan.

Dilihat dari nilai rata-rata, Kabupaten Bandung masih lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandung, ini artinya bahwa bias dikatakan rendah karena semakin meningkatnya suatu pendapatan perkapita maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dan produktivitasnya penduduk di suatu wilayah.

Martabak merupakan makanan yang mudah didapatkan dimana saja, terutama di daerah Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Saat ini sudah banyak pengusaha yang menjalankan bisnis martabak ini, dengan potensi konsumsi yang

sangat besar tentunya peluang berbisnis martabak ini masih terbuka luas. Untuk menggapai keuntungan yang besar dibutuhkan strategi dan persiapan yang handal agar terciptanya kinerja yang baik.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 13 wirausaha, bisnis martabak ini dalam dunia perkembangannya, untuk menarik para calon pembeli itu sangat cepat responnya, karena makanan ini merupakan makanan camilan cepat saji yang disukai banyak kalangan. Di dukung dari hasil wawancara pra survei dengan beberapa wirausaha martabak, penulis menyimpulkan bahwa para wirausaha martabak ini kurang memiliki jiwa kreatif dan inovatif, hal ini bisa dilihat dari cara menyajikan martabak itu sendiri hanya dibungkus oleh dus kertas dan dari segi varian rasanyapun kurang bervariasi.

Wirausaha martabak seharusnya bisa mengikuti perkembangan zaman saat ini, sebagian para wirausaha masih mempunyai kelemahan di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi serta belum mengerti akan teknik pemasaran melalui internet dan pengurusan surat-surat izin dari Pemerintah Daerah terkait izin mendirikan usaha dan sertifikat kehalallan. Mereka hanya mengantongi izin usaha dari ketua RT dan RW setempat saja.

Pembisnis martabak rata-rata memiliki gerobak hanya satu dan berlokasi di satu tempat saja dan hanya beberapa wirausaha saja yang memiliki cabang lebih dari satu, berdasarkan hasil wawancara, mereka memberitahu alasan mengapa mereka belum bisa membuka cabang gerobak alasannya yaitu takut mengambil risiko tinggi yang berdampak pada kebangkrutan dan membutuhkan modal yang cukup besar serta harus diimbangi dengan kinerja yang meningkat.

Kinerja yang meningkat tentunya didasari oleh motivasi atau dorongan yang kuat, motivasi adalah dorongan terhadap seseorang untuk melaksanakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu, motivasi yang ada pada seseorang bertujuan untuk mendorong semangat kerja para wirausaha agar mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan demi tercapainya suatu tujuan tertentu.

Demikian juga yang terjadi pada kinerja wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah, motivasi menjadi sangat penting dalam mencapai terwujudnya kinerja yang baik agar eksistensi para wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah bisa diterima di kalangan masyarakat.

Bagi mereka yang mempunyai cabang, mereka mengembangkan bisnisnya sebaik mungkin, karena melihat prospek yang begitu besar di bidang olahan makanan, serta dari segi persaingan wirausaha martabak ini cenderung ketat, artinya banyak pembisnis martabak baru yang menjadi pesaing wirausaha martabak lainnya dalam hal memperoleh calon pembeli.

Tabel 1.4 Hasil Kuesioner Pra-Survei mengenai Kondisi Faktor-faktor Motivasi Wirausaha Martabak di Kec. Baleendah

No	Pernyataan	SR (1)		R (2)		S (3)		T (4)		ST (5)		Total Skor	Rata-Rata
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
Kebutuhan Fisiologis													
1	Saya membuka usaha ini karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari	-	-	-	-	-	-	1	4	12	60	64	4.9

No	Pernyataan	SR (1)		R (2)		S (3)		T (4)		ST (5)		Total Skor	Rata- Rata
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
Kebutuhan Rasa Aman													
2	mempertahankan usaha ini karena ingin memperbaiki kehidupan di masa yang akan datang.	-	-	-	-	2	6	2	8	9	45	59	4.5
Kebutuhan Sosial													
3	membuka usaha ini karena adanya dukungan dari keluarga dan masyarakat.	-	-	-	-	-	-	7	28	6	30	58	4.46
4	membuka usaha ini karena saya ingin menunjukkan eksistensi, agar mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.	-	-	-	-	7	21	6	24	1	5	50	3.8
Aktualisasi Diri													
5	Saya membuka usaha ini karena Saya ingin terlihat lebih mandiri dan tidak menggantungkan hidup terhadap orang lain.	-	-	-	-	1	3	7	28	5	25	56	4.3
6	Saya memilih untuk membuka usaha ini karena saya yakin bahwa saya mempunyai kemampuan dalam membuat makanan olahan martabak.	-	-	-	-	-	-	3	12	10	50	62	4.7
7	Saya membuka usaha ini Karena saya ingin bermanfaat bagi orang yang banyak.	-	-	-	-	1	3	8	32	4	20	55	4.2
Jumlah												404	27.80

ST: Sangat Tinggi T: Tinggi S: Sedang R: Rendah SR: Sangat Rendah
F: Frekuensi N: Frekuensi x Skor Jumlah Responden: 13 Orang Jumlah Pernyataan: 7
Rata-Rata : Total Skor / 13

Sumber: Hasil Observasi Penelitian

Untuk menentukan keinginan wirausaha dalam memperluas bisnis martabak ini, berdasarkan kebutuhan fisiologis dari tabel 1.5 hasil kuesioer pra survei yang disebarakan kepada 13 responden mengenai Faktor-faktor Motivasi terhadap Kinerja Wirausaha Martabak di Kec.Baleendah yang dilakukan oleh penulismayoritas responden menyatakan bahwa mereka mempunyai keinginan yang sangat tinggi untuk memiliki untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makan, minum dan lainnya dengan nilai rata-rata sebesar 4.9. Didukung dari hasil wawancara bahwa mereka berusaha bekerja keras semaksimal mungkin dalam memasarkan produknya agar dapat memiliki pendapatan yang lebih dan akan merasa puas jika tujuannya itu terpenuhi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Seorang wirausaha martabak memiliki kebutuhan rasa aman yang sangat tinggi dengan kondisi nilai rata-ratanya 4,5 dalam hal mempertahankan usahanya karena mereka ingin memperbaiki kehidupannya di masa yang akan datang, dan didukung dari hasil wawancara kebutuhan rasa aman juga mencakup pemenuhan kebutuhan seperti tempat tinggal serta adanya keinginan untuk memperbaiki kehidupan di masa yang akan datang.

Kebutuhan sosial berdasarkan tabel diatas mayoritas responden menyatakan untuk memperluas usaha martabak bisa dikarenakan adanya kebutuhan sosial yang sangat tinggi karena adanya dukungan dari keluarga dan masyarakat sekitar, dandidukung dari hasil wawancara mengenai kebutuhan sosial

yaitu mereka membuka usaha karena adanya suau dorongan moral dari keluarga dan lingkungan.

Berdasarkan tabel 1.4 Bisnis UKM martabak ini sebagian besar responden memiliki kebutuhan penghargaan yang tinggi dan memiliki nilai rata-rata 3,8 karena mereka ingin menunjukkan eksistensinya di bidang olahan makanan agar mendapatkan suatu penghargaan atau di akui keberadannya oleh lingkungan sekitar. Berdasarkan hasil wawancara, para pembisnis martabak ini membutuhkan rasa penghargaan atas keberadaannya yang bisa diterima oleh lingkungan sekitar.

Hasil Kuesioner Pra-Survei mengenai Faktor-faktor Motivasi terhadap Kinerja Wirausaha Martabak di Kec. Baleendah pada faktor motivasi aktualisasi diri, berdasarkan tabel 1.4 mereka menunjukkan keinginan yang tinggi untuk terlihat lebih mandiri dan tidak menggantungkan hidupnya kepada orang lain dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,3 dan didukung oleh hasil wawancara, para wirausaha merasa memiliki kepuasan tersendiri apabila bisa mencari uang sendiri agar hidupnya tidak bergantung pada orang lain serta para wirausaha menunjukkan eksistensinya atau kemampuannya di bidang olahan makanan.

Tabel 1.4 hasil kuesioner pra survei mengenai faktor motivasi aktualisasi diri yang menunjukkan bahwa para wirausaha mempunyai keyakinan yang sangat tinggi untuk memperluas usaha martabaknya karena yakin bahwa mereka mempunyai keahlian dalam membuat martabak yang mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,7 dan didukung dari hasil wawancara bahwa mereka mempunyai kepercayaan diri dalam mendirikan usaha martabak ini karena yakin dengan keahliannya.

Faktor motivasi aktualisasi diri berdasarkan hasil kuesioner pra survei untuk menentukan keinginan yang tinggi dalam memperluas usaha martabak dikarenakan bahwa mereka ingin bermanfaat bagi orang banyak yang mempunyai nilai rata-rata 4,2, dan didukung dari hasil wawancara bahwa jika keberadaan mereka merasa bermanfaat bagi orang banyak maka akan berdampak juga pada pendapatan yang akan mereka terima.

Motivasi wirausaha martabak yang menurun akibat kurangnya dorongan terhadap kreativitas menimbulkan rasa ketidakpercayaan mereka dalam membuka usaha martabak, karena hal ini akan berdampak pada kinerja wirausaha. Jika motivasinya meningkat maka kinerja wirausaha pun akan meningkat, dan sebaliknya jika motivasi wirausaha tersebut menurun maka kinerjanya juga ikut menurun. Dalam hal ini berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, maka penelitian ini diambil judul “PENGARUH FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI TERHADAP KINERJA WIRAUSAHA MARTABAK DI KECAMATAN BALEENDAH”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang tercakup dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi faktor-faktor motivasi yang dapat mempengaruhi kinerja wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah Kabupaten Bandung.

Identifikasi masalah merupakan proses merumuskan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan rumusan masalah merupakan gambaran permasalahan yang tercakup dalam penelitian.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Permasalahan-permasalahan kebutuhan fisiologis yang terjadi pada wirausaha martabak yaitu mengenai :
 - a. Adanya keterbatasan permodalan yang dimiliki.
 - b. Lemahnya dalam akses permodalan.
 - c. Masih terdapat para wirausaha martabak yang belum mempunyai sertifikat kepemilikan tempat untuk berjualan.
 - d. Mahalnya tarif sewa tempat untuk berjualan.
2. Permasalahan-permasalahan kebutuhan rasa aman yang terjadi pada wirausaha martabak yaitu mengenai :
 - a. Kurangnya lahan untuk parkir para pelanggan.
 - b. Masih terdapat pungutan-pungutan liar yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab.
 - c. Belum memiliki badan hukum yang jelas, sebagian wirausaha hanya megantongi izin usaha dari tokoh masyarakat setempat.
3. Permasalahan-permasalahan kebutuhan sosial yang terjadi pada wirausaha martabak yaitu mengenai :

- a. Terbatasnya kemampuan pengembangan pasar dan pemasaran.
 - b. kurangnya komunikasi antar sesama wirausaha martabak di Kec. Baleendah.
 - c. keterbatasan membangun kemitraan usaha, dan iklim usaha yang kurang kondusif
4. Permasalahan-permasalahan kebutuhan penghargaan yang terjadi pada wirausaha martabak yaitu mengenai :
- a. Kurangnya inovasi produk dan UMKM ini masih ada beberapa yang kurang menguasai teknologi.
 - b. Rendahnya kualitas produk.
5. Permasalahan-permasalahan Aktualisasi diri yang terjadi pada wirausaha martabak yaitu mengenai :
- a. Kurangnya membangun rasa kepercayaan pelanggan terhadap pelaku usaha.
 - b. Minimnya pengetahuan mengenai kompetensi kewirausahaan.
6. Permasalahan-permasalahan Kinerja yang terjadi pada wirausaha martabak di Kec. Baleendah yaitu mengenai :
- a. Tidak mempunyai perencanaan bisnis dengan baik.
 - b. Kurangnya pengetahuan dalam mengelola usahanya.
 - c. Kurangnya pengalaman kerja sebelum terjun ke dunia wirausaha.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang dan identifikasi masalah maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi kebutuhan fisiologis yang terjadi pada wirausaha martabak di di Kec.Baleendah.
2. Bagaimana kondisi kebutuhan Rasa Aman yang terjadi pada wirausaha martabak di di Kec.Baleendah.
3. Bagaimana kondisi kebutuhan sosial yang terjadi pada wirausaha martabak di di Kec.Baleendah.
4. Bagaimana kondisi kebutuhan penghargaan yang terjadi pada wirausaha martabak di di Kec.Baleendah.
5. Bagaimana kondisi kebutuhan Aktualisasi Diri yang terjadi pada wirausaha martabak di di Kec.Baleendah
6. Bagaimana kinerja yang terjadi pada wirausaha martabak di Kec.Baleendah.
7. Seberapa besar pengaruh kebutuhan fisiologi, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diriterhadap kinerja wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah baik secara Simultan atau Parsial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kondisi kebutuhan fisiologis pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
2. Untuk mengetahui kondisi kebutuhan rasa aman pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
3. Untuk mengetahui kondisi kebutuhan sosial pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
4. Untuk mengetahui kondisi kebutuhan penghargaan pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
5. Untuk mengetahui kondisi kebutuhan aktualisasi diri pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
6. Untuk mengetahui kondisi kinerja pada wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah.
7. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri terhadap kinerja wirausaha martabak di Kecamatan Baleendah baik secara Simultan atau Parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diajukan guna menjelaskan mengenai manfaat dan kontribusi yang dapat diperoleh dari penelitian baik kegunaan secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan di bidang manajemen, khususnya dalam manajemen sumber daya manusia terlebih lagi pada bidang kewirausahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi yang berguna bagi pihak - pihak yang membutuhkan. Hasil penelitian yang diperoleh dapat berguna sebagai referensi atau bahan pembandingan bagi peneliti - peneliti yang ingin mengkaji masalah yang berkaitan dengan faktor-faktor motivasi terhadap kinerja wirausaha martabak di kecamatan Baleendah. Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha terhadap wirausaha yang sedang dikembangkannya.