

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pakaian jadi saat ini sedang marak digeluti oleh masyarakat dari berbagai kalangan, yang dikatakan industri pakaian jadi dari tekstil meliputi usaha produksi pakaian jadi dari tekstil seperti kain rajut, kain tenun, kain batik yang masih berbentuk polos, dibentuk pola, dipotong, dijahit, lalu di produksi sehingga menjadi pakaian yang siap langsung di pakai dalam jumlah yang banyak.

Para kelompok industri pakaian jadi memproduksi produknya seperti: pakaian untuk wanita, kemeja, celana panjang, rok, gaun, gamis, dan masih banyak produk yang lainnya. penyebab dari banyaknya orang yang memulai usaha di bidang pakaian jadi, dikarenakan pertumbuhan pendudukan Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, kebutuhan akan pakaian juga meningkat.

Hal ini yang telah mendorong masyarakat untuk berkembang dalam sisi pandang dan persepsi terhadap mode atau cara berpakaian. Dari berbagai kebutuhan masyarakat dan kondisi lingkungan saat ini seperti, gaya hidup, ekonomi, sosial, politik dan budaya yang ikut mendorong sekaligus mempengaruhi model-model baru dalam berpakaian. Perubahan tren merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan pasar terhadap jenis dan mode yang diinginkan oleh masyarakat, hal ini karena semakin canggihnya teknologi yang

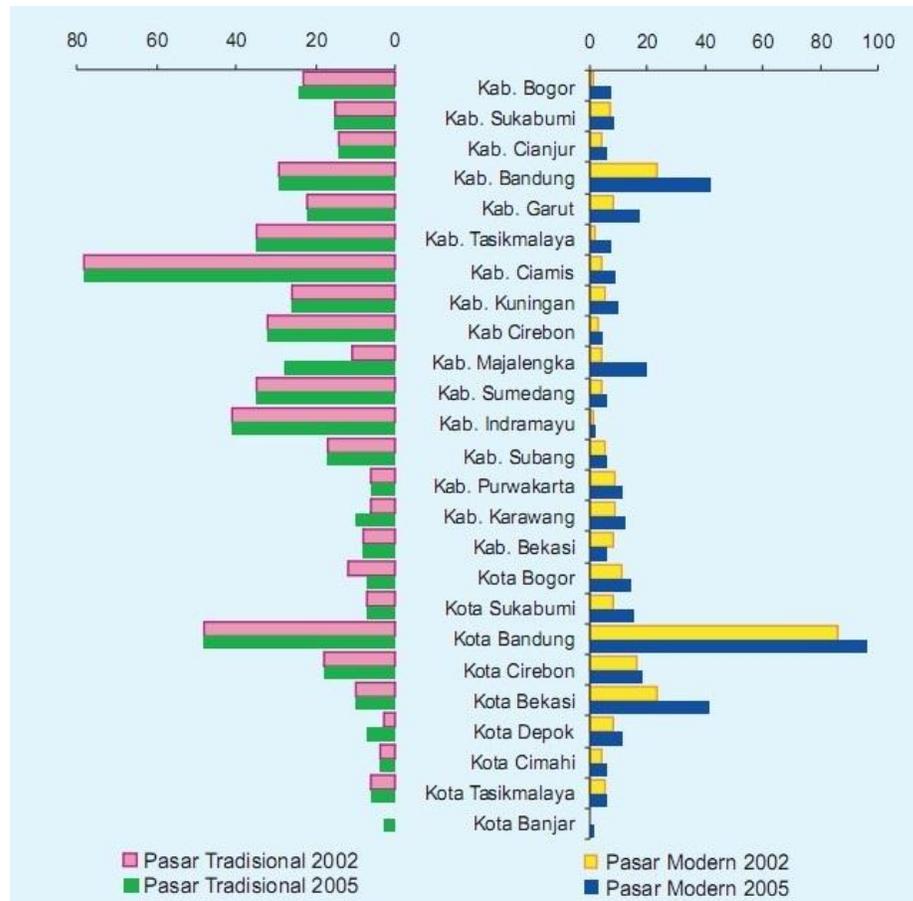
berasal dari internet dan televisi. yang memudahkan orang untuk mendapatkan informasi secara cepat mengenai mode. Tidak heran hanya dalam kurun waktu 1-2 bulan tren mode pakaian sudah berganti. Masyarakat senang memperhatikan trend busana, mereka didorong untuk menyesuaikan diri dengan trend yang berlaku saat ini dan menghindari sebutan ketinggalan mode.

Keberadaan industri kecil dan menengah di Indonesia sangatlah besar peranannya, seperti membuka lapangan pekerjaan sendiri dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri. Walaupun usaha, omset, jumlah pekerjaan dan fasilitas semua dalam skala kecil, namun karena jumlah usaha kecil dan menengah sangat banyak di Indonesia,

Maka sangat penting dalam menunjang tingkat ekonomi suatu daerah, wilayah atau Negara. Tidak hanya di kota masyarakatnya yang memperhatikan mode, di daerah pun masyarakatnya juga mempunyai persepsi atau pandangan yang berbeda mengenai mode, sebut saja daerah tersebut adalah kabupaten bekasi, yang dimana daerah tersebut berkembang pesat dalam pembangunan.

Banyak pabrik-pabrik berdiri disana diimbangi dengan banyaknya penduduk, yang sebagian besar adalah buruh pabrik. dalam hal ini banyak yang melihat peluang untuk menjadi wirausaha yaitu dengan berjualan pakaian jadi, baik di pasar tradisional maupun di pasar modern, akan tetapi kebanyakan masyarakat disana lebih menyukai berbelanja di pasar tradisional dengan alasan agar bisa ditawar, hal ini di buktikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan

(Disperindag) Jawa Barat bahwa pasar tradisional dari tahun 2002 sampai dengan 2005 mengalami kenaikan.



Gambar 1.1 Jumlah Pasar Tradisional dan Modern Tahun 2002 dan 2005 di Jawa Barat

Sumber: Disperindag Prov Jawa Barat

Dilihat dari gambar jumlah pasar tradisional dan modern yang ada di provinsi Jawa Barat, pasar tradisional daerah kabupaten bekasi yang berdiri tahun 2002 sampai dengan tahun 2005 hanya sedikit mengalami kenaikan, berkisar di angka 8% sampai dengan 9% dengan jumlah total 76 pasar tradisional tahun 2002 dan

naik menjadi 98 pasar tradisional tahun 2005 di kabupaten bekasi. Sedangkan pasar modern di kabupaten bekasi mengalami penurunan, berkisar angka dari 8% di tahun 2002 menjadi 6% di tahun 2005, pasar modern biasanya berdiri di daerah perkotaan, dan mengalami penurunan salah satu faktornya adalah banyaknya pesaing pedagang eceran, yang mengakibatkan persaingan ketat antar pedagang.

Berdasarkan pemaparan grafik, maka peneliti tertarik untuk meneliti pasar tradisional yang berada di kabupaten bekasi, khususnya cikarang, yakni Pasar Baru Cikarang sebagai objek peneliti, Pasar Baru Cikarang merupakan pasar yang bergerak dalam sektor usaha informal yang memiliki izin resmi, dan merupakan lapangan usaha yang didominasi oleh wirausaha pakaian jadi.

Berdasarkan data BPS tahun 2005 kaum pria lebih banyak memegang peran sebagai wirausaha dalam bidang perdagangan dibandingkan dengan kaum wanita. dengan jumlah 6.117.586 orang, hal ini dikarenakan kaum pria mempunyai kewajiban mencari nafkah untuk keluarganya. sedangkan wanita di bawah angka kaum pria dengan jumlah 3.335.067. secara umum baik pria maupun wanita mempunyai persamaan kedudukan dan mereka mempunyai peluang untuk berwirausaha.

Berbagai pandangan masyarakat, wanita hanya berperan sebagai seorang ibu yang mengurus rumah tangga, akan tetapi kini mereka mempunyai peran lain yaitu sebagai wanita yang bekerja. Banyaknya kebutuhan dalam keluarga yang

menyebabkan wanita berusaha membantu suami salah satunya dengan membuka usaha informal.

Budaya yang menganggap bahwa wanita hanya cukup bekerja dirumah, mengurus rumah tangga, anak, dan suami. maka dari itu keputusan wanita dan pria dalam memulai wirausaha berbeda, kebanyakan wanita membuka usaha kecil hanya sekedar membantu perekonomian keluarga, karena tugas utama wanita yaitu mengurus rumah bukan mencari penghasilan.

Pernyataan ini dipertegas oleh Zimmerer (2008:199) alasan wanita dan pria berbeda dalam wirausaha, salah satu alasan wanita berwirausaha yaitu mereka ingin membantu perekonomian rumah tangga. perbedaan gender inilah yang menjadi hal menarik untuk diteliti, terkait dengan apakah *self efficacy* gender berbeda.

Selain perbedaan gender, latar belakang profesi orangtua merupakan salah satu faktor seseorang melakukan wirausaha. Kebanyakan orang tua yang memiliki profesi sebagai wirausaha, ingin menjadikan keturunannya menjadi seorang wirausaha juga, dibandingkan dengan orang tua yang bukan berprofesi sebagai wirausaha.

Banyak orang berpendapat bahwa seseorang yang sukses dalam wirausaha karena mempunyai latar belakang orang tua yang berprofesi sebagai wirausaha, pendapat ini didukung oleh pernyataan dari (Duchesneau dalam Benedicta 2003:18) bahwa wirausaha yang berhasil mereka dibesarkan orangtua, yang juga wirausaha karena mereka memiliki pengalaman yang luas dalam usaha. Hasil

observasi awal di Pasar Baru Cikarang terhadap populasi pedagang dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1.1
Jumlah Perbandingan Responden Pemilik Toko Pakaian Jadi

Gender	Pria	43
	Wanita	62
Latar Belakang Profesi Orang Tua	Pengusaha	58
	Non-Pengusaha	47
Latar Belakang Pendidikan	Pendidikan	42
	Non-Pendidikan	63

Sumber: data diolah oleh peneliti

Latar belakang pendidikan salah satu faktor seseorang melakukan kegiatan wirausaha, bila dibandingkan dengan seseorang yang tidak memiliki pendidikan khususnya pendidikan *entrepreneur* jiwa untuk berwirausahanya kurang. Dan orang yang memiliki latar belakang pendidikan lebih sukses dibandingkan individu yang tidak mendapatkan pendidikan.

Menurut pandangan (Kim dalam Benedicta 2003:8) orang yang berpendidikan tinggi cenderung berhasil dibanding dengan wirausaha yang berpendidikan rendah, ini mungkin disebabkan karena pendidikan diperguruan tinggi membekali mereka dengan pengetahuan dan teknik manajemen modern, hal ini menyebabkan mereka lebih sadar terhadap realitas dunia usaha dan menggunakan kemampuan belajarnya untuk mengelola bisnis sehingga menjadi lebih baik.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa responden dari total pedagang pakaian jadi di Pasar Baru Cikarang, yang hasilnya kebanyakan dari mereka tidak mendapatkan pendidikan entrepreneur secara formal.

Perbedaan dalam *self efficacy* termasuk salah satu faktor seseorang melakukan kegiatan wirausaha. Pengertian dari *self efficacy* itu sendiri adalah seseorang yang memiliki keyakinan dan kemampuan yang mempengaruhi mereka untuk bertindak dan berfikir bahwa mereka mampu mencapai tujuannya. Dalam berbagai penelitian terdahulu seperti Zaidatol (2009:344) dan Deborah (2007:394) menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self efficacy* dengan individu yang melakukan kegiatan berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan, maka penelitian ini diberi judul “*Self Efficacy*, Gender, Latar Belakang Profesi Orang Tua dan Latar Belakang Pendidikan pada Pemilik Toko Pakaian Jadi di Pasar Baru Cikarang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti jelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai *self efficacy*, gender, latar belakang profesi orang tua dan pendidikan *entrepreneur* pada pemilik toko pakaian jadi di Pasar Baru Cikarang?
2. Apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pria pemilik toko pakaian jadi dengan wanita pemilik toko pakaian jadi di Pasar Baru Cikarang?

3. Apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pemilik toko pakaian jadi yang memiliki latar belakang profesi orang tua wirausaha dengan pemilik toko pakaian jadi yang tidak memiliki latar belakang profesi orang tua wirausaha di Pasar Baru Cikarang?
4. Apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pemilik toko pakaian jadi yang memiliki latar belakang pendidikan dengan pemilik toko pakaian jadi yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di Pasar Baru Cikarang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran mengenai *self efficacy*, gender, latar belakang profesi orang tua, dan pendidikan *entrepreneur* pada pemilik toko pakaian jadi di Pasar Baru Cikarang.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pria pemilik toko pakaian jadi dengan wanita pemilik toko pakaian jadi di Pasar Baru Cikarang.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pemilik toko pakaian jadi yang memiliki latar belakang profesi orang tua wirausaha dengan pemilik toko pakaian jadi yang tidak memiliki latar belakang profesi orang tua wirausaha di Pasar Baru Cikarang.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan *self efficacy* antara pemilik toko pakaian jadi yang memiliki latar belakang pendidikan dengan pemilik

toko pakaian jadi yang tidak memiliki latar belakang pendidikan di Pasar Baru Cikarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan wawasan baru untuk dunia pendidikan maupun wirausaha. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Pihak Akademisi

Penelitian ini diharapkan mendapatkan gambaran tentang *self efficacy* dalam kegiatan wirausaha, yang dimana *self efficacy* memiliki tiga dimensi yaitu, dimensi generalisasi, dimensi kekuatan dan dimensi tingkat, dan penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh perbedaan gender, latar belakang profesi orangtua, dan latar belakang pendidikan dalam kegiatan wirausaha di Pasar Baru Cikarang. Sehingga penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak lain untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Pemilik Toko Pakaian Jadi

Memberikan informasi untuk pengelolaan dan perkembangan usaha pedagang pakaian jadi, bahwa adanya perbedaan *self efficacy*, latar belakang profesi orang tua sebagai wirausaha, perbedaan gender, serta latar belakang pendidikan dalam berwirausaha.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang adanya perbedaan *self efficacy*, latar belakang profesi orang tua sebagai wirausaha, perbedaan gender, serta latar belakang pendidikan dalam berwirausaha.