BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang di lakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan dari anak perusahan atau bukan dari cabang anak perusahan yang dimiliki, dikuasai, serta menjadi bagian secara langsung maupun tidak langsung. Perubahan dari waktu ke waktu mengelami perkembangan bagus, para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam usaha kecil menengah menjadi sala-satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejateraan hidup yang memadai. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UMKM ini diharapkan akan mampuh mengurangi angka pengangguran jika melihat dari fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah. Menurut bank indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah adalah usaha yang di jalankan oleh masyarakat dengan ciri-ciri dimiliki oleh keluarga, mempergunakan teknologi sederhana, memanfaatkan sumber daya local, serta lapangan usaha yang mudah dimasuki dan ditinggalkan. Keputusan menteri keuangan No. 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, menyatakan bahwa usaha mikro, kecil, menengah adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan yang dimiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100 juta per tahun, dan dapat mengajukan kredit

kepada bank yang paling banyak Rp 50 juta. Ciri-ciri usaha mikro, *pertama,* belum melakukan manajemen/catatan keuangan, sekalipun yang sederhana, atau masi sangat sedikit yang mampu membuat neraca usahanya. *Kedua,* pengusaha berpendidikan rata-rata sangat rendah, umumnya tingkat SD, dan belum memeliki jiwa wirausaha yang memadai. *Ketiga,* pada umumnya tidak/belum mengenal perbankan tapi lebih mengenal rentenir atau tengkuluk. *Keempat,* umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainya termasuk NPWP. *Kelima,* tenaga kerja atau karyawan yang dimiliki pada umumnya kurang dari 2 atau 3 orang. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa UMKM ialah suatu tempat usaha yang terdiri dari kios, dan toko yang dibangun di tanah milik pemerintah dan dimiliki oleh pedagang skala kecil dan menengah dengan transaksi secara tawar menawar. Pemasaran tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Biasanya tidak ada satu bisnis pun, yang dengan leluasa berhela-hela menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama untuk menikmatinya karena akan ada pesaing ingin turut menikmatinya. Persis seperti ungkapan, “Ada Gula Ada Semut.” Bahkan, yang sering kali terjadi adalah sebuah persaingan yang sangat kejam. Persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau pemberian mertua, atau berasal dari uang PHK. Bila memang pesaing harus mati (bangkrut) karena kita harus hidup. Berbagai jenis produk yang dihasilkan para pelaku bisnis UMKM memiliki kualitas. Kualitas produk menjadi keinginan pelaku bisnis untuk mampu bersaing di pasar.

Sekalipun para pelaku bisnis tersebut bertaraf UMKM tetapi mereka mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas sebelum barang yang mereka hasilkan akan dipasarkan. Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang tidak lepas dari perhatian, pelaku bisnis untuk mampu bersaing yang diminati pembeli sekaligus, bersaing dengan perusahan besar. Alasan para pelaku bisnis UMKM mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas tentu sala-satunya dikarenakan kesadaran mereka terhadap konsumen dan calon konsumen yang lebih selektif sebelum melakukan pembelian. Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan merupakan ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, bangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari pihak atau lebih perusahan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga yang paling menguntungkan. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam Undang-Undang No.5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula. Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-

perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Untuk itu setiap perusahan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi berjualan. Dalam kamus manajemen persaingan bisnis terdiri dari :

1. Persaingan sehat (Healthy Competition), Persaingan antara perusahan-perusahan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melalukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis
2. Persaingan gorok leher (Cut Throat Competition), Persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan kios antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan bisnis, sehingga salah satu tersingkir dari kios dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di kios tersebut.

Keberadaan para pelaku bisnis UMKM memberikan adil yang cukup signifikan bagi pengguna perekonomian, dalam hal ini usaha yang bangun menyerap tenaga kerja di daerahnya masing-masing. Hal tersebut sangat membantu pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran dan pengintasan kemiskinan.

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM didefinisikan bahwa pengertian UMKM dan kriterianya merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta

UMKM bagian penting dalam kehidupan sosial masyarakat yang menjadi sarana kegiatan jual beli barang atau jasa dalam menopang pertumbuhan ekonomi suatu kelurahan atau daerah. UMKM dalam kamus Ekonomi dan Bisnis artinya "usaha kecil milik orang perorangan yang tidak memiliki badan usaha yang melakukan kegiatan perdagangan barang atau jasa dalam skala kecil, yang dijalankan oleh pengusahanya sendiri berdasarkan asas kekeluargaan" dimana penjual dan pembeli mengadakan tawar menawar secara langsung barang yang di perjual-belikan berupa barang pokok kehidupan sehari hari. Dimana barang-barang yang diperjual- belikan dengan harga pas dan layanan yang mandiri contohnya kios merah yang ada di kelurahan dufa-dufa kota ternate utara. Pusat perbelanjaan dan toko moderen, menyatakan bahwa warung atau kios adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang di sebut sebagai pusat perbelanjaan, toko moderen, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Selanjutnya, di jelaskan pula bahwa kios merah yang ada di kelurahan dufa-dufa adalah kios yang di bangun dan di kelolah oleh pedagang masyarakat

atau keluarga kecil yang ada di kelurahan dufa-dufa kota ternate utara. Harga jual barang dagangan dengan menggunakan takaran yang tidak baku seperti cupa (kaleng susu bekas) ditentukan sendiri oleh pedagang. Fenomena seperti ini sebagai aktifitas pedagang kios merah yang berlokasi di Kelurahan dufa-dufa, kecamatan ternate utara, kota ternate provinsi maluku utara. Kebiasaan penggunaan dan penentuan harga barang yang dilakukan pedagang kios merah merupakan proses pengulangan yang dilakukan secara terus menerus. Horrace Mann (Dwi Rahayu dkk, 2018: 93) mengatakan bahwa kebiasaan pedagang ibarat sebagai sebuah tali yang dirajut dari sebuah benang hari demi hari, sehingga tidak dapat rusak. Kebiasaan yang sering dilakukan pedagang merupakan konsekuensi dari kebiasaan berpikirnya. Kebiasaan dalam menjual barang dagangan oleh pedagang kios merah tidak dapat dipisahkan dengan implementasi konsep matematika, proses berpikir yang logis merupakan sifat dari matematika matematis atau disebut dengan *habits of mind* (kebiasaan berpikir matematis). Menurut Syah (Aringga dkk, 2019: 122), *habits of mind* merupakan pengalaman seseorang dalam proses belajar, kebiasaan belajar timbul karena proses penyusutan kecenderungan respon dengan menggunakan stimulasi yang berulang-ulang. Qadarsih (2017: 184), kebiasaan berpikir adalah kerangka atau pola kognitif yang berguna sebagai pedoman seseorang dalam berpikir, bertindak, dan bertingkah laku dalam merespon suatu situasi, baik dalam konteks pembelajaran maupun dilingkungan keseharianannya. Hubungan dengan pedagang kios merah, *habits of mind* matematika merupakan suatu kebiasaan perilaku matematika pedagang yang muncul dalam kebiasaan berbelanja, penggunaan alat ukur,

penentuan harga jual berdasarkan hasil pengukuran, kebiasaan dalam menghitung keuntungan, pemberian uang kembali kepada pembeli, dan kebiasaan dalam menghitung harga satuan barang, sebagai konsekuensi dari berpikir matematis. Bardasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, terhadap kebiasaan berpikir matematis pedagang kios merah yang dilakukan oleh pedagang yaitu, sala satunya dalam kebiasaan penggunaan alat ukur, pedagang dengan jenis barang dagangan tepung terigu dan gula halus, melakukan penakaran untuk harga Rp.10.000 dan gula Rp18.000 ke dalam alat ukur dengan menggunakan intuisi atau dengan kata lain hanya memperkirakan bahwa jumlah tepung terigu pada pengukur yang satu dengan yang lain adalah sama. Selain itu, dalam aktifitas menghitung total bayaran dan keuntungan, terdapat beberapa kemungkinan cara berhitung yang dapat dilakukan oleh pedagang, contohnya pada kasus yang ditemukan pada saat observasi, yaitu pada pedagang dengan jenis barang dagangan. Harga beras 1 kg adalah Rp 14.000 kemudian ada pembeli yang membeli sebanyak 3 kg beras, dengan cara berhitung yang dapat di lakukan pedagang di antaranya, 1) mengkalikan Rp 14.000 dengan 3 kg. (14.000 × 3 = 42.000), 2) menjumlahkan 14.000 sebanyak 3 kali hasilnya 42.000, 3) melakukan operasi perkalian dengan cara 14.000 × 2 = 28.000, kemudian 28.000 ×56.000.

Setelah itu, di jumlahkan dengan Rp.14.000 hasilnya 98.000. 4) menggunakan cara operasi perkalian yaitu 14.000 × 4 = 56.000, kemudian di jumlahkan dengan 14.000 hasilnya 70.000. dari 4 (4) sebagian besar ternyata yang di lakukan oleh pedagang kios merah tersebut adalah pada cara perhitungan yang ke-4. Kegiatan pedagang tersebut membuktikan bahwa terdapat suatu *habist of mind* (kebiasaan

bepikir) matematis yang di miliki oleh pedagang yang bersangkutan. Kebiasaan berpikir seperti ini dalam proses jual beli barang merupakan kebiasaan yang berkaitan dengan matematika, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang **"Habits Of Mind Matematis Masyarakat Pedagang Kios Merah Di Kelurahan Dufa-Dufa Kota Ternate"**

B. Rumusan Masalah

Permasalahan pada penelitian ini dapat di rumuskan dalam bentuk pertanyaan, yaitu bagaimana *habits of mind* matematis masyarakat pedagang kios merah di kelurahan dufa-dufa kota ternate?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan *habist of mind* matematis yang di miliki pedagang kios merah di tinjau dari kebiasaan berbelanja, aktifitas penggunaan alat ukur, menentukan harga jual berdasarkan hasil pengukuran, kebiasaan dalam menghitung keuntungan, kebiasaan pemberian uang kembali kepada pembeli, dan kebiasaan dalam menghitung harga satuan barang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

1. Manfaat teoritis
    a. Sebagai referensi atau pendukung penelitian selanjutnya
    b. Menambah kajian tentang hasil penelitian *habits of mind* matematis
2. Manfaat praktis
    a. Manfaat bagi pedagang
    b. Menentukan model matematika dalam perhitungan hasil perdagangan Mengetahui *habits of mind* matematis yang di miliki
    c. Manfaat bagi peneliti lain

Memberikan referensi terkait dengan *habits of mind* matematis masyarakat pedagang pangan kios merah di kelurahan dufa-dufa sangatla berkesan. Sekaligus sebagai bentuk budaya lokal yang terdapat di kota ternate.