

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam memulai pergerakan perekonomian Nasional maupun Global, wirausaha memiliki kontribusi yang tidak sedikit. Terdapat alasan mengapa wirausaha sangat mempunyai pengaruh yang besar terhadap perekonomian di negara-negara maju seperti Amerika Serikat ada beberapa alasan, diantaranya adalah wirausaha memberikan banyak kontribusi yang sangat penting bagi perusahaan-perusahaan besar dan wirausaha dikenal dapat menampung banyak tenaga kerja yang lebih inovatif (Pradana, 2019).

Keberadaan suatu perusahaan menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi karena mampu meningkatkan taraf kehidupan masyarakat menuju perekonomian lebih baik lagi. Pengusaha memainkan peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan manufaktur, barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Tanpa peran seorang wirausahawan, tidak mungkin dapat diciptakan potensi lapangan pekerjaan di tengah masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa peran pengusaha dan pebisnis begitu krusial dalam menginisiasi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pengembangan unit usaha memerlukan suatu rancangan strategi guna mempermudah dalam mengambil keputusan dengan mempertimbangkan banyak faktor, baik internal maupun eksternal (Santy R.D, 2022).

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk

menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Kata kunci dari kewirausahaan adalah: pengambilan risiko, menjalankan usaha sendiri, memanfaatkan peluang-peluang, menciptakan usaha baru, pendekatan yang inovatif, mandiri (misalnya; tidak bergantung pada bantuan pemerintah). Sebagai negara berkembang, Indonesia butuh bantuan wirausahawan, baik usaha kecil menengah (UMKM), koperasi dan perusahaan besar, agar mampu bersaing di pasar global maupun regional. Hal tersebut bertujuan meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia dan dapat mengurangi pengangguran. Wirausahawan yang menjalankan bisnis dengan menyusun perencanaan bisnis rata-rata tingkat keberhasilan usahanya lebih tinggi dibanding wirausahawan yang tidak membuat *business plan* (Ismawati et al., 2023).

Mengingat masih sangat sedikitnya proporsi dan populasi wirausaha di Indonesia saat ini, maka kemunculan wirausaha khususnya wirausahawan muda sangat dibutuhkan. Pengusaha yang sangat membutuhkan di Indonesia tidak hanya harus memiliki kemampuan memproduksi produk, tetapi juga kemampuan menghasilkan produk kelas dunia. Hal ini harus menjadi perhatian pemerintah dalam mendorong pelaku usaha memenuhi standar kualitas produk tertentu contohnya SNI (Standar Nasional Indonesia). Usaha kecil memegang peranan penting dalam perekonomian di hampir semua negara yang sedang berkembang. Usaha kecil juga banyak memberikan kontribusi terhadap pemerataan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja serta mewujudkan pemerataan hasil pembangunan. (Handayani T. dan Tanjung Y., 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dapat mendukung pembangunan dan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, dengan UMKM ini, kesempatan kerja bagi anak bangsa juga akan meningkat, mendorong perekonomian yang lebih berkeadilan dan memenuhi kebutuhan agar tepat sasaran (Luckyardi,S et,al 2021)

Data perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2023 menunjukkan dinamika yang fluktuatif. Pada tahun 2018, jumlah UMKM tercatat sebanyak 64,19 juta, kemudian meningkat sebesar 1,98% pada tahun 2019 menjadi 65,47 juta. Namun, tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2,24% dengan jumlah UMKM menjadi 64 juta. Kembali naik pada tahun 2021 sebesar 2,28% mencapai 65,46 juta, jumlah UMKM kembali turun pada tahun 2022 sebesar 2,23% menjadi 64 juta. Akhirnya, pada tahun 2023, jumlah UMKM meningkat signifikan sebesar 3,125%, mencapai 66 juta (Kadin.id, 2023).

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Di Indonesia

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2.24%	2.28%	1,52%

Sumber: kadin.id, 2023

Pertumbuhan yang stabil dari jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2023 memberikan gambaran yang menarik dari beberapa perspektif. Secara ekonomi, peningkatan ini mencerminkan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, karena

UMKM sering menjadi tulang punggung ekonomi lokal dan menciptakan lapangan pekerjaan. Dari segi sosial, pertumbuhan UMKM menggambarkan potensi pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat lokal, meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas. Sementara dalam perkembangan teknologi, pertumbuhan ini juga terkait dengan adopsi teknologi, seperti *platform e-commerce*, pemasaran online, dan layanan digital, yang membantu UMKM memperluas pasar mereka. Di balik pertumbuhan ini, peran kewirausahaan menjadi kunci utama, mendorong inovasi, memberdayakan ekonomi lokal, serta menggerakkan perkembangan ekosistem bisnis yang dinamis. Berbagai lini bisnis usaha nyaris mengalami kebangkrutan dikarenakan pandemic covid – 19 ini apalagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya yang ada di kota Bandung. Mereka terus berupaya bertahan di tengah pandemic covid 19 ini dengan mulai merubah cara berjualan mereka dari tradisional ke cara online dengan mengikuti perkembangan zaman (Susilawati,E., 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai kontribusi yang penting dalam membantu meningkatkan pendapatan daerah. UMKM lebih fleksibel dan dapat membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Perubahan yang terjadi dalam berbagai sektor seperti teknologi, menuntut UMKM harus bisa beradaptasi dengan cepat agar tidak ketinggalan dengan perusahaan-perusahaan lain. Sebuah perusahaan dituntut mempunyai strategi bisnis agar bisa berkembang dan dapat menjaga eksistensi usahanya karena persaingan semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan perbaikan berkelanjutan baik

dari segi produk maupun pelayanan, yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan pasar dan dapat memenangkan persaingan (Andiyanto dan Miyasto, 2017).

Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Di sisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi.

Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap. Hal ini terjadi karena umumnya UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri sebagai berikut: merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Di samping itu, terdapat juga kendala yang muncul dari aspek personal, misalnya seperti minimnya dukungan dari lingkungan sekitar maupun kurangnya dorongan dari orang-orang terdekat pelaku usaha yang cenderung menghambat tumbuhnya niat berwirausaha dari pelaku usaha tersebut.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Salah satu UMKM yang agaknya memiliki kemampuan dan telah terbukti mampu menyerap banyak tenaga kerja adalah UMKM dalam sektor pakaian. Adapun salah satu sentra kegiatan ekonomi pada sektor pakaian, khususnya kain terdapat di Cigondewah Bandung (Ktccigondewah.com, 2020).

Keberlanjutan UMKM sangat bergantung pada niat berwirausaha yang kuat dan berkelanjutan dari para pelakunya. Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan menjadi krusial karena tidak hanya mencerminkan keinginan untuk memulai usaha, tetapi juga untuk terus mengembangkan dan mempertahankan usaha tersebut dalam jangka panjang, meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan. Dalam konteks UMKM Kain Cigondewah Bandung, di mana UMKM berperan signifikan dalam perekonomian lokal dengan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, niat berwirausaha yang berkelanjutan menjadi lebih penting (Ktccigondewah.com, 2020).

UMKM Kain Cigondewah, sebagai salah satu pusat industri kain di Bandung, memiliki banyak pelaku UMKM yang berpotensi untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Namun, untuk mewujudkan potensi tersebut,

diperlukan niat berwirausaha yang tidak hanya muncul dari individu pelaku usaha tetapi juga didukung oleh norma-norma subjektif di sekitar mereka. Norma subjektif, yaitu persepsi individu tentang tekanan sosial atau dukungan dari keluarga, teman, dan komunitas, dapat memperkuat niat berwirausaha. Ketika norma subjektif ini positif, pelaku UMKM akan lebih termotivasi untuk tidak hanya memulai tetapi juga mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Dukungan sosial ini memberikan keyakinan dan dorongan tambahan bagi pengusaha untuk bertahan dan terus berinovasi (Ktccigondewah.com, 2020).

Sikap berwirausaha yang positif, yang mencakup keyakinan pada kemampuan diri, optimisme terhadap masa depan usaha, dan komitmen untuk terus berinovasi, juga memainkan peran penting. Sikap ini akan mendorong pelaku UMKM di UMKM Kain Cigondewah untuk mengatasi berbagai hambatan yang mungkin muncul, seperti perubahan pasar dan tantangan teknologi. Dengan demikian, Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan menjadi faktor penentu dalam keberhasilan dan ketahanan UMKM di sana (Ktccigondewah.com, 2020).

Apabila membahas mengenai Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan di UMKM Kain Cigondewah Bandung, maka kemungkinan besar ada kaitannya dengan norma subjektif dan sikap berwirausaha dari masing-masing pelaku usaha disana. Hal ini didukung oleh survei awal yang sebelumnya telah dilaksanakan terhadap 30 responden pelaku usaha kain di Cigondewah Bandung, yang dilaksanakan melalui *google form*, seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Hasil Survei Awal Variabel Norma Subjektif

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	(%)	F	(%)
1	Apakah keluarga Anda mendukung keputusan Anda untuk berwirausaha?	20	66,7	10	33,3
2	Apakah teman-teman dekat Anda setuju dengan keputusan Anda untuk memulai dan mengelola usaha sendiri?	18	60	12	40
3	Apakah pendapat masyarakat sekitar berpengaruh terhadap keputusan Anda untuk terus menjalankan usaha Anda?	15	50	15	50
4	Apakah dukungan dari rekan sesama pelaku usaha mempengaruhi semangat Anda dalam berwirausaha?	8	26,7	22	73,3
5	Apakah Anda merasa bahwa mendapatkan pengakuan dan dukungan dari komunitas bisnis lokal penting dalam menjalankan usaha Anda?	19	63,3	11	36,7
Total		30 Responden			

Sumber: Survei awal pada UMKM Kain Cigondewah Bandung

Berdasarkan hasil survei awal pada tabel 1.1, mayoritas responden, yakni 66,7%, mendapatkan dukungan dari keluarga mereka untuk berwirausaha. Dukungan keluarga merupakan faktor penting dalam memotivasi individu untuk memulai dan menjalankan usaha. Dengan adanya dukungan keluarga, para pelaku usaha merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam perjalanan bisnis mereka. Namun, masih ada 33,3% responden yang tidak mendapatkan dukungan tersebut, menunjukkan bahwa ada sebagian pelaku usaha yang harus berjuang tanpa dukungan keluarga.

Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa teman-teman dekat mereka setuju dengan keputusan untuk memulai dan mengelola usaha sendiri. Persetujuan dari teman-teman dekat bisa menjadi sumber motivasi dan dukungan emosional yang signifikan bagi pelaku usaha. Teman-teman dekat yang mendukung dapat berperan sebagai pemberi saran, pendamping, dan pemberi semangat dalam

menghadapi tantangan bisnis. Di sisi lain, 40% responden merasa bahwa teman-teman dekat mereka tidak mendukung keputusan mereka untuk berwirausaha, yang bisa menjadi hambatan psikologis dalam mengembangkan usaha mereka.

Setengah dari responden, yaitu 50%, menganggap bahwa pendapat masyarakat sekitar berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk terus menjalankan usaha. Ini menunjukkan bahwa norma sosial dan pandangan masyarakat setempat memainkan peran penting dalam keberlangsungan usaha para pelaku bisnis. Pengaruh masyarakat bisa berupa dukungan moral maupun pengakuan sosial, yang semuanya penting untuk menjaga semangat dan komitmen dalam berwirausaha. Namun, 50% lainnya merasa bahwa pendapat masyarakat tidak berpengaruh, menandakan adanya perbedaan pandangan mengenai pentingnya dukungan sosial dalam menjalankan usaha.

Dukungan dari rekan sesama pelaku usaha tampaknya kurang signifikan dalam mempengaruhi semangat berwirausaha, dengan hanya 26,7% responden yang merasa mendapat dukungan tersebut. Sebaliknya, 73,3% responden merasa bahwa dukungan dari rekan sesama pelaku usaha tidak mempengaruhi semangat mereka. Hal ini menunjukkan adanya kelemahan dalam jaringan dan kolaborasi antar pelaku usaha di UMKM Kain Cigondewah Bandung. Membangun jaringan yang kuat antar pelaku usaha bisa menjadi salah satu fokus untuk meningkatkan motivasi dan keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Sebanyak 63,3% responden merasa bahwa mendapatkan pengakuan dan dukungan dari komunitas bisnis lokal adalah penting dalam menjalankan usaha mereka. Pengakuan dari komunitas bisnis lokal dapat memberikan validasi dan

dorongan yang signifikan, serta membuka peluang kolaborasi dan jaringan yang bermanfaat. Namun, masih ada 36,7% responden yang tidak merasa demikian, yang menunjukkan bahwa ada perbedaan persepsi mengenai pentingnya komunitas bisnis dalam mendukung usaha mereka.

Kemudian, terkait variabel sikap berwirausaha, telah dilakukan pula survei awal lainnya, yang disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Hasil Survei Awal Variabel Sikap Berwirausaha

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	(%)	F	(%)
1	Apakah Anda yakin bahwa Anda memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk berhasil dalam berwirausaha?	18	60	12	40
2	Apakah Anda optimis bahwa usaha Anda akan berhasil di masa depan?	20	66,7	10	33,3
3	Apakah Anda merasa bahwa berinovasi dalam usaha Anda adalah hal yang penting?	15	50	15	50
4	Apakah Anda siap untuk menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin muncul dalam menjalankan usaha Anda?	22	73,3	8	26,7
5	Apakah Anda memiliki komitmen yang kuat untuk terus belajar dan berkembang sebagai seorang pengusaha?	25	83,3	5	16,7
Total		30 Responden			

Sumber: Survei awal pada UMKM Kain Cigondewah Bandung

Berdasarkan hasil survei awal pada tabel 1.2, menunjukkan bahwa 60% responden yakin bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk berhasil dalam berwirausaha, sementara 40% lainnya tidak memiliki keyakinan tersebut. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di UMKM Kain Cigondewah Bandung merasa cukup percaya diri dengan kemampuan mereka, namun masih ada sebagian yang meragukan kompetensi mereka. Pelatihan dan pendidikan tambahan bisa menjadi solusi untuk meningkatkan keyakinan diri bagi mereka yang merasa kurang percaya diri.

Sebanyak 66,7% responden optimis bahwa usaha mereka akan berhasil di masa depan, sedangkan 33,3% tidak merasa optimis. Optimisme ini merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi motivasi dan ketekunan para pelaku usaha dalam menghadapi berbagai tantangan. Namun, tingkat pesimisme yang masih cukup tinggi menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi keyakinan mereka terhadap masa depan usaha, seperti kondisi pasar atau dukungan eksternal.

Sebanyak 50% responden merasa bahwa berinovasi dalam usaha mereka adalah hal yang penting, sementara 50% lainnya tidak sependapat. Ini menunjukkan bahwa ada persepsi yang berbeda mengenai pentingnya inovasi di kalangan pelaku usaha. Bagi sebagian besar pelaku usaha, inovasi mungkin belum dianggap sebagai prioritas utama atau mereka belum menyadari potensi manfaatnya. Edukasi dan contoh nyata mengenai dampak positif inovasi dapat membantu meningkatkan pemahaman ini.

Mayoritas responden, yaitu 73,3%, siap untuk menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin muncul dalam menjalankan usaha mereka, sementara 26,7% tidak siap. Kesiapan ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki mentalitas yang kuat dan resilience yang baik, yang sangat penting untuk keberlanjutan usaha. Namun, untuk meningkatkan kesiapan yang lebih merata, perlu adanya strategi pengelolaan risiko dan pendampingan bagi yang merasa kurang siap.

Sebanyak 83,3% responden memiliki komitmen yang kuat untuk terus belajar dan berkembang sebagai seorang pengusaha, sementara 16,7% lainnya tidak

memiliki komitmen tersebut. Tingginya tingkat komitmen ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha menyadari pentingnya pengembangan diri dan pembelajaran berkelanjutan untuk mencapai kesuksesan. Meskipun demikian, masih ada sebagian kecil yang mungkin memerlukan motivasi dan dukungan lebih untuk meningkatkan komitmen mereka terhadap pembelajaran dan pengembangan. Terakhir, terdapat pula survei awal yang telah dilakukan terkait variabel Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan terhadap 30 responden. Berikut hasil survei awal yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1.3
Hasil Survei Awal Variabel Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	(%)	F	(%)
1	Apakah Anda memiliki niat untuk terus menjalankan usaha Anda dalam jangka panjang?	22	73,3	8	26,7
2	Apakah Anda bertekad untuk mengembangkan usaha Anda menjadi lebih besar dan lebih sukses di masa depan?	18	60	12	40
3	Apakah Anda merencanakan untuk tetap berwirausaha meskipun menghadapi tantangan atau kegagalan?	25	83,3	5	16,7
4	Apakah Anda memiliki tujuan jangka panjang untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha?	20	66,7	10	33,3
5	Apakah Anda berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang sebagai seorang pengusaha untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan?	27	90	3	10
Total		30 Responden			

Sumber: Survei awal pada UMKM Kain Cigondewah Bandung

Berdasarkan hasil survei awal pada tabel 1.3, menunjukkan sebanyak 73,3% responden menyatakan memiliki niat untuk terus menjalankan usaha mereka dalam jangka panjang, sementara 26,7% tidak memiliki niat tersebut. Tingginya persentase responden yang berkomitmen untuk jangka panjang menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di UMKM Kain Cigondewah Bandung memiliki visi

keberlanjutan dalam bisnis mereka. Namun, masih ada sepertiga yang belum memiliki niat jangka panjang, yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ketidakpastian pasar atau kurangnya dukungan.

Sebanyak 60% responden bertekad untuk mengembangkan usaha mereka menjadi lebih besar dan lebih sukses di masa depan, sedangkan 40% lainnya tidak memiliki tekad yang sama. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada keinginan untuk berkembang, ada juga sejumlah pelaku usaha yang mungkin merasa puas dengan kondisi usaha saat ini atau kurang percaya diri untuk melakukan ekspansi. Dukungan dan bimbingan mengenai strategi pengembangan usaha dapat membantu meningkatkan tekad ini di kalangan pelaku usaha yang masih ragu.

Sebanyak 83,3% responden merencanakan untuk tetap berwirausaha meskipun menghadapi tantangan atau kegagalan, sementara 16,7% lainnya tidak memiliki rencana yang sama. Tingginya persentase ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha memiliki ketahanan dan kesiapan mental yang baik untuk menghadapi berbagai rintangan. Ini adalah indikator positif bahwa mereka memiliki dedikasi yang kuat terhadap usaha mereka, namun perhatian perlu diberikan kepada yang kurang siap menghadapi kegagalan.

Sebanyak 66,7% responden memiliki tujuan jangka panjang untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha, sedangkan 33,3% lainnya tidak memiliki tujuan tersebut. Mayoritas pelaku usaha memiliki visi dan target jangka panjang, yang penting untuk perencanaan dan pengembangan usaha. Namun, sepertiga yang tidak memiliki tujuan jangka panjang mungkin memerlukan dukungan dalam membangun visi yang lebih jelas dan terarah untuk usaha mereka.

Sebanyak 90% responden berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang sebagai seorang pengusaha untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, sementara hanya 10% yang tidak memiliki komitmen ini. Tingginya tingkat komitmen ini menunjukkan bahwa hampir semua pelaku usaha menyadari pentingnya pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan untuk sukses dalam bisnis. Ini adalah sinyal positif bahwa mereka siap untuk beradaptasi dan meningkatkan keterampilan mereka sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terurai di atas dalam sektor kain, untuk pengembangan suatu usaha perlu dilakukan berbagai cara ataupun upaya untuk meningkatkan Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan. Sementara dilihat dari hasil survey awal, ternyata norma subjektif dan sikap berwirausaha berpotensi memunculkan pengaruh terhadap Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan pada pelaku usaha. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lanjut dengan berjudul **“Pengaruh Norma Subjektif dan Sikap Berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan (Studi Kasus UMKM Kain Cigondewah Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan, maka permasalahan-permasalahan yang dialami oleh pelaku usaha sentra kain di Cigondewah Bandung adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Dukungan dari Rekan Sesama Pelaku Usaha: Terdapat indikasi bahwa dukungan dari rekan sesama pelaku usaha tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap semangat berwirausaha.
2. Variasi Pendapat terhadap Pentingnya Pendapat Masyarakat: Terdapat perbedaan persepsi dalam mengenali pentingnya dukungan dan respons dari lingkungan sekitar terhadap usaha pelaku.
3. Tantangan dalam Inovasi dan Pengembangan Usaha: Masih terdapat tantangan dalam memotivasi pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan usaha mereka.
4. Komitmen untuk Terus Belajar dan Berkembang: Meskipun mayoritas menyatakan komitmen untuk terus belajar dan berkembang, namun masih terdapat sebagian kecil yang tidak sepenuhnya memiliki komitmen tersebut.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian yang diuraikan diatas, maka penulis ingin menguraikan mengenai hal sebagai berikut:

1. Bagaimana Norma Subjektif, Sikap Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha Pada UMKM Cigondewah Bandung.

2. Seberapa besar pengaruh Norma Subjektif pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh Sikap Kewirausahaan pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh norma subjektif dan sikap berwirausaha mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh norma subjektif dan sikap berwirausaha terhadap Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk Norma Subjektif, Sikap Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha pada UMKM Cigondewah Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh norma subjektif pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap berwirausaha pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh norma subjektif dan sikap berwirausaha mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan di UMKM Kain Cigondewah Bandung. Dengan memahami pengaruh norma subjektif dan sikap berwirausaha terhadap niat berwirausaha, pemangku kepentingan seperti pelaku usaha, pemerintah daerah, dan lembaga terkait dapat merancang dan melaksanakan kebijakan yang lebih efektif untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan sektor kain. Langkah-langkah ini dapat mencakup program-program pelatihan dan pendampingan yang lebih terfokus, pembangunan infrastruktur yang mendukung, serta pembentukan jejaring dan kolaborasi antar pelaku usaha untuk meningkatkan dukungan dan kerjasama di dalam komunitas.

1.4.2 Kegunaan Akademis

A. Kegunaan Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan yang berharga bagi penulis untuk memperdalam pemahaman tentang pengaruh norma subjektif, sikap berwirausaha, dan Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan pada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung. Dengan melakukan penelitian ini, penulis

dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari selama kuliah ke dalam konteks nyata, yang memperkuat keterampilan analisis kritis dan metodologi penelitian. Selain itu, penelitian ini membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), serta memperkaya pengalaman akademis dan menambah portofolio penelitian yang dapat bermanfaat dalam karier profesional di masa depan. Pengalaman ini juga meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ilmiah, pengolahan data, dan penyusunan laporan ilmiah.

B. Kegunaan Bagi Pelaku Usaha UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku usaha UMKM Kain Cigondewah Bandung mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Berwirausaha secara Berkelanjutan. Informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan oleh para pelaku usaha untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Dengan memahami pengaruh norma subjektif dan sikap berwirausaha, pelaku usaha dapat memperkuat aspek-aspek ini dalam operasional bisnis sehari-hari. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha dalam membuat keputusan yang lebih tepat dalam mengelola usaha, meningkatkan produktivitas, dan menghadapi tantangan dalam industri kain. Pengetahuan ini juga bisa digunakan untuk meningkatkan motivasi dan komitmen berwirausaha di kalangan pelaku UMKM.

C. Kegunaan Bagi Universitas

Penelitian ini akan menambah khazanah ilmu pengetahuan di Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), khususnya dalam bidang kewirausahaan dan pengembangan UMKM. Dengan adanya penelitian ini, universitas dapat menunjukkan komitmennya dalam mendukung penelitian yang bermanfaat bagi masyarakat luas, terutama dalam mengembangkan sektor UMKM yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi akademis bagi dosen dan mahasiswa dalam kegiatan belajar mengajar serta penelitian lanjutan. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan reputasi UNIKOM sebagai institusi pendidikan yang aktif dalam penelitian dan kontribusi terhadap pengembangan UMKM di Indonesia. Dengan demikian, universitas dapat memainkan peran yang lebih signifikan dalam memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berdampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal dan nasional. Penelitian ini juga dapat membuka peluang kolaborasi antara UNIKOM dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, industri, dan komunitas bisnis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di UMKM Kain Cigondewah Bandung yang berlokasi di Jl. Cigondewah Rahayu, Kec. Bandung Kulon, Kota Bandung, Jawa Barat.

