

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Pengembangan kewirausahaan merupakan kunci bagi masyarakat untuk mendukung kemajuan nasional. Kewirausahaan atau entrepreneurship adalah suatu usaha kreatif yang dilandasi oleh inovasi yang menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memberi nilai tambah, mendatangkan keuntungan, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya bermanfaat bagi orang lain Dr. M. Anang & Anita, (2020). Selain itu, hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah wirausaha, menciptakan lapangan kerja, dan mengentaskan kemiskinan dan keterpurukan ekonomi (Kyndt & Baert, 2015). Para pengusaha ini juga harus melakukan transformasi perekonomian dan perdagangan nasional dari impor menjadi ekspor, sehingga tercipta bangsa yang mandiri dan bermartabat (Shih & Huang, 2017).

Masyarakat Indonesia dihadapkan pada banyak permasalahan, khususnya kemiskinan, pengangguran, dan kesenjangan yang besar antara pendidikan rendah dan tinggi (Shih & Huang, 2017). Meskipun banyak pengusaha asing yang berinvestasi di dalam negeri, hal ini tidak meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan dan mengurangi pengangguran (Shih & Huang, 2017). Hal ini disebabkan karena hanya sedikit usaha kecil di masyarakat yang dikelola sendiri. Masyarakat lebih memilih menjadi PNS atau pegawai dibandingkan membuka usaha. Kewirausahaan adalah sebuah perjalanan yang dimulai dengan pemahaman mendalam tentang lingkungan bisnis Anda dan diri Anda sendiri. Kewirausahaan

tidak dapat sembarng orang, seorang wirausahawan merupakan orang yang berani mengambil risiko dan tahan terhadap kegagalan (Ependi & Winarso, 2019). . Oleh karena itu, nilai-nilai kewirausahaan harus ditanamkan pada generasi muda sebagai penerus masa depan bangsa Indonesia. Generasi muda dapat menjadi wirausaha, menciptakan lapangan kerja dan membantu mengurangi pengangguran.

Landasan dalam mewujudkan usaha kecil-kecilan adalah jiwa wirausaha. Dalam kegiatan usaha, nilai-nilai kewirausahaan telah diterapkan secara internal oleh individu yang terlibat, membentuk bagian dari kepribadian mereka (van der Vaart et al., 2020). Semangat tersebut mencakup kepribadian dengan tindakan kreatif, kecintaan terhadap bisnis, kekuatan di tengah tantangan, percaya diri, dan menentukan nasib sendiri atau locus of control. Selain itu, individu dapat mengelola risiko, melihat perubahan sebagai peluang, menoleransi banyak pilihan, dan memiliki inisiatif serta kebutuhan untuk berprestasi.

Wirausahawan adalah orang yang perfeksionis, berwawasan luas, menganggap waktu berharga, mempunyai motivasi kuat, dan karakternya terinternalisasi dalam nilai-nilai yang diyakini kebenarannya. Keinginan untuk berwirausaha muncul karena kegemaran berbisnis, impian pribadi, dan kegemaran akan kemandirian (Cardon et al., 2017). Nilai-nilai kewirausahaan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, mempengaruhi pembentukan sikap, serta menghasilkan kemandirian dan keberlanjutan usaha. Beberapa karakteristik wirausaha tersebut dapat diakomodir dalam suatu nilai komprehensif yang dapat mendefinisikan sikap-sikap tertentu dari seorang wirausaha.

Nilai-nilai kewirausahaan seorang pelaku usaha terinternalisasi melalui kompetensi. (Volery, et. al 2015) menyatakan bahwa kompetensi memadukan kemampuan seperti pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Melalui kemampuan tersebut kompetensi diubah, diolah, dipelajari, dan dicapai dalam waktu tertentu sehingga membentuk aktualisasi diri yang holistik dan spesifik. Nilai-nilai kewirausahaan yang diwakili oleh Sidharta Poespadibrata terdiri dari nilai-nilai yang mencakup nilai-nilai pribadi. Nilai-nilai tersebut selanjutnya dibagi menjadi dua kelompok: nilai inti praktis dan nilai inti moral. Nilai-nilai praktis utama meliputi: Perencanaan, kinerja, produktivitas tinggi, kemampuan, keterampilan, kreativitas, kolaborasi, peluang. Nilai moral juga meliputi: Keamanan dan kepastian, martabat pribadi, kehormatan dan ketaatan. (dalam buku Rusdiana 2018). Oleh karena itu, nilai-nilai kewirausahaan dibentuk untuk memperluas keberlanjutan dan pengembangan usaha di masa depan.

Dinaloni (2018) Keberlanjutan bisnis adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mengelola dan mengembangkan bisnisnya dengan memanfaatkan seluruh keterampilan, pengetahuan, akses, persyaratan, dan kekayaannya untuk mengatasi berbagai perubahan kondisi yang ada. Artinya keberlanjutan usaha merupakan konsistensi kondisi usaha. Ini juga merupakan proses kelangsungan bisnis, termasuk pertumbuhan, perkembangan, dan strategi. Proses ini membantu menjaga perkembangan bisnis, sehingga menghasilkan keberlanjutan dan ketahanan.

Keberlanjutan bisnis merupakan hal yang sangat penting bagi pemilik usaha, agar usahanya tetap eksis. Beberapa strategi harus dilakukan oleh pemilik usaha untuk mempertahankan usaha. Berdasarkan Serrano and Kazda (2020), aspek

yang dipertimbangkan untuk menjamin keberlanjutan bisnis antara lain kesejahteraan dengan melindungi karyawan, komunikasi, operasional, dan keuangan. Aspek-aspek tersebut dapat dianalisis secara spesifik dan sistematis untuk menghasilkan kebijakan yang tepat bagi keberlanjutan usaha.

Berdasarkan permasalahan yang ada, terdapat beberapa teori mengenai perkembangan keberlanjutan bisnis. Misalnya, manajemen keberlanjutan bisnis menguntungkan usaha kecil dan menengah (Kato & Charoenrat, 2018). Konsep ini dapat membantu dalam perencanaan bisnis di tengah bencana. Keberlanjutan juga dapat menjadi solusi untuk melindungi dunia usaha dan memungkinkan mereka bersaing di tengah kemajuan teknologi.

Kemandirian berwirausaha merupakan suatu sikap yang dimiliki oleh seorang individu yang mengharuskan individu untuk selalu mengedepankan keterampilan, keunggulan, kreatifitas dan inovasinya dalam beraktivitas sehari-hari agar dapat mencapai hasil yang terbaik. Dimungkinkan juga untuk berkolaborasi dengan pihak lain untuk mencapai kerja sama yang saling menguntungkan (Asti et al., 2020). Suatu masyarakat dinyatakan mandiri apabila memenuhi ciri-ciri kemandirian yang ditunjukkan oleh rasa tanggung jawab, terpenuhinya kebutuhan dasar minimal, etos kerja yang tinggi, disiplin, dan berani. Transmisi kewirausahaan merupakan modal awal dan unsur mendasar yang penting dalam pengembangan usaha untuk mampu membentuk dan mempertahankan karakteristik kelangsungan usaha yang konsisten.

Kemandirian wirausaha yang timbul pada usaha kecil merupakan sikap dan kondisi wirausahawan yang menyikapi kebutuhannya dengan mengandalkan

keterampilan dan kelebihannya sendiri (Pasal 1 ayat 8 Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 02/Per/ M.KUKM/I/2008) Mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah yang Tangguh dan Mandiri bertujuan untuk memfasilitasi, mempercepat dan memperluas akses terhadap sumber daya produktivitas bagi usaha kecil dan menengah. Mengembangkan usaha kecil yang tangguh dan mandiri bertujuan untuk memfasilitasi, mempercepat, dan memperluas akses usaha kecil terhadap sumber daya produktif.

Restoran telah menjadi tempat makan sehari-hari dan tidak asing bagi masyarakat luar, apalagi bagi seseorang yang memiliki kegiatan dan waktu yang padat. Tanpa disadari hal ini juga telah menjadi kebiasaan pada masyarakat kita. Dengan berubahnya pola konsumsi masyarakat, saat ini banyak bermunculan restoran yang menawarkan berbagai macam menu. Pada saat ini pertumbuhan restoran di Indonesia sangat pesat, begitu pula di Bandung. Pertumbuhan restoran di Bandung saat ini cukup pesat, banyak restoran baru yang menawarkan berbagai macam menu makanan mulai dari menu tradisional, western, Chinese, Thailand, Japanese, Korean dan masih banyak lainnya.

Belakangan ini wisata kuliner yang sedang diminati dan banyak dibicarakan orang adalah mie ramen. Mie yang populer di Jepang ini dapat dengan mudah diterima dan diminati oleh masyarakat karena berbahan baku mie yang sudah biasa dikonsumsi oleh masyarakat kita. Pertumbuhan restoran, café, dan kedai yang menawarkan berbagai macam menu ramen di Cimahi sangat pesat, mulai dari restoran dengan harga yang relatif mahal sampai kedai-kedai kecil dengan harga terjangkau yang diminati kalangan pelajar. Dengan banyaknya kedai ramen di

Cimahi dapat menimbulkan persaingan diantara perusahaan dalam bidang kuliner ramen. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki keunikan atau keunggulan yang berbeda dengan pesaing sebagai strategi perusahaan untuk bertahan.

Penjual Mie ramen di Cimahi sudah sangat banyak dari yang terkenal contohnya Ramen Gokana, Shifu Ramen dan masih banyak lagi. Ketatnya persaingan dalam bisnis kuliner perubahan selera dan perubahan sosial ekonomi menimbulkan berbagai tantangan bagi pelaku usaha terutama pada sektor makanan. Makanan merupakan hal tidak dapat ditinggalkan dari kehidupan sehari-hari. Nasi atau mie merupakan salah satu bahan pokok yang tidak dapat ditinggalkan oleh masyarakat. Banyak olahan yang memiliki bahan dasar dari nasi atau mie, mulai dari masakan tradisional, modern dengan karakteristik berbeda-beda pada setiap daerahnya. Olahan yang memiliki bahan dasar nasi atau mie pada saat sudah banyak inovasi yang menyesuaikan dengan daerahnya masing-masing.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan survey awal kepada pelaku usaha mie ramen sebanyak 25 responden. Survey awal dilakukan penulis terhadap nilai-nilai kewirausahaan, keberlanjutan usaha dan kemandirian usaha pada pelaku usaha restoran mie ramen yang berada di Kota Cimahi.

Peneliti melakukan survey awal pada pelaku usaha mie ramen di Kota Cimahi melalui kuesioner untuk dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam proses survey awal tersebut, peneliti memiliki sebanyak 25 responden dalam mendukung penelitian. Berikut hasil survey awal yang telah dilakukan :

Tabel 1.1 Nilai-nilai Kewirausahaan

No	Pertanyaan	ya	persentase	tidak	persentase
1	Apakah inovasi selalu diperlukan dalam setiap usaha kewirausahaan? Apakah Anda mendesain interior dan suasana restoran dengan cara yang kreatif untuk menarik lebih banyak pelanggan?	19	76%	6	24%
2	Apakah perusahaan berani melakukan promosi yang agresif untuk meningkatkan brand awareness?	15	40%	10	60%
3	Apakah anda pernah mengadakan sesi brainstorming dengan tim untuk mencari ide-ide inovatif?	16	64%	9	36%
4	Apakah nilai-nilai kewirausahaan penting dalam membangun bisnis yang sukses?	25	100%	0	0%
5	Apakah Anda menetapkan target penjualan yang jelas dan terukur setiap bulan?	22	88%	3	12%
6	Apakah Anda memiliki rencana jangka panjang untuk memperluas bisnis Anda?	19	86%	6	14%

Berdasarkan hasil survei awal yang disebrakan kepada 25 responden pemilik usaha Mie Ramen di Kota Cimahi mengenai implementasi nilai kewirausahaan terdapat permasalahan pada poin kedua dengan jumlah persentase sebanyak 60% yaitu pemimpin perusahaan tidak berani melakukan pemasaran yang agresif.

Tabel 1.2 Keberlanjutan Usaha

No	Pertanyaan	ya	persentase	tidak	persentase
----	------------	----	------------	-------	------------

1	Apakah anda memanfaatkan feedback pelanggan untuk membuat inovasi produk baru?	25	100%	0	0%
2	Apakah anda secara rutin melakukan evaluasi kinerja karyawan untuk memastikan kualitas layanan dan produk tetap terjaga ?	11	44%	14	56%
3	Apakah anda melakukan analisis rutin terhadap arus kas untuk memantau kinerja usaha?	22	88%	3	12%
4	Apakah perusahaan anda mengalami kesulitan untuk bersaing dengan kompetitor ?	10	40%	15	60%

Berdasarkan hasil survei awal yang disebrakan kepada 25 responden pemilik usaha Mie Ramen di Kota Cimahi mengenai Keberlanjutan Usaha terdapat permasalahan pada point kedua yaitu pelaku usaha tidak secara rutin melakukan evaluasi dalam memastikan kualitas layanan.

Tabel 1.3 Kemandirian Usaha

No	Pertanyaan	ya	persentase	tidak	persentase
1	Apakah perusahaan anda memiliki rasa tidak mudah menyerah?	23	92%	2	8%
2	Apakah perusahaan anda berani mengambil keputusan yang memiliki resiko secara cepat, ketika dalam keadaan terdesak?	11	44%	14	56%
3	Apakah anda sudah menanamkan ketahanan mental dan emosional untuk tetap bertahan?	24	96%	1	20%
4	Apakah perusahaan anda dapat menerima keunggulan pesaing?	24	96%	1	20%

Berdasarkan hasil survei awal yang disebrakan kepada 25 responden pemilik usaha Mie Ramen di Kota Cimahi mengenai kemandirian usaha terdapat permasalahan pada point kedua yaitu pemilik tidak berani mengambil keputusan

yang memiliki risiko ketika dalam keadaan terdesak perusahaan dalam kemandirian usaha, hal ini dapat menjadi salah satu penyebab usahanya tidak dapat berlanjut.

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menemukan beberapa fenomena yang menjadi acuan masalah di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sebagian pelaku usaha tidak berani melakukan promosi yang agresif untuk menciptakan brand awareness
2. Sebagian pelaku usaha tidak melakukan evaluasi kinerja secara rutin untuk memastikan kualitas layanan
3. Sebagian pelaku usaha tidak berani mengambil keputusan yang memiliki risiko atas keputusan yang diambil dan dapat menyebabkan kondisi perusahaan menjadi semakin buruk

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok dari rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai implementasi nilai-nilai kewirausahaan.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai keberlanjutan usaha.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kemandirian usaha.

4. Seberapa besar pengaruh implementasi nilai beriwrausaha terhadap kemandirian usaha.
5. Seberapa besar pengaruh implementasi nilai beriwrausaha terhadap keberlanjutan usaha
6. Seberapa besar pengaruh kemandirian usaha terhadap keberlanjutan usaha.
7. Seberapa besar pengaruh implementasi nilai-nilai kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha melalui kemandirian usaha.

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah mengetahui dan memperoleh informasi mengenai nilai kewirausahaan dalam menciptakan keberlanjutan usaha melalui kemandirian usaha pada pelaku usaha mie ramen di Kota Cimahi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai implementasi nilai-nilai kewirausahaan.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai keberlanjutan usaha.
3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai kemandirian usaha.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh implementasi nilai beriwrausaha terhadap kemandirian usaha.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh implementasi nilai beriwrausaha terhadap keberlanjutan usaha
6. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kemandirian usaha terhadap keberlanjutan usaha.
7. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh implementasi nilai-nilai kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha melalui kemandirian usaha.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan para pelaku usahadapat mengimplementasi nilai kewirausahaan untuk keberlanjutan bisnis di bidang makanan dan diharapkan dapat pelaku usaha bisa berkembang dan menjadi lebih baik.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dari data, fakta dan pengalaman berwirausah dari para pemilik restoran mengenai menjalankan usahanya agar dapat terus bertahan dan memberikan wawasan yang sangat luas untuk dapat dipelajari dan menganalisis suatu permasalahan yang ada.

2. Bagi Pembaca (Pihak Lain)

Kegunaan penelitian ini untuk pihak lain adalah untuk dijadikan informasi yang dapat bermanfaat yang nantinya akan menjadi referensi bagi

peneliti lain serta guna mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi pada penelitian ini sampai cara penyelesaiannya.

3. Bagi Pengembangan Ilmu

Kegunaan penelitian ini dalam pengembangan ilmu dapat menjadi bahan informasi untuk peneliti-peneliti lain dan untuk mengimplementasikan ilmu baru yang telah didapat dalam menjalankan usahanya kelak.

1.5 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data penelitian penulis melakukan penelitian pada pelaku usaha mie ramen di Kota Cimahi

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2024 sampai dengan bulan Agustus 2024. Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1.4 Waktu Pelaksanaan

[illegible]