

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi dan peluang ekonomi yang menjanjikan. Hal tersebut bisa dilihat dari potensi sumber daya alam di Indonesia yang melimpah, sehingga bisa dijadikan peluang dalam memajukan perekonomian dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang berpotensi dalam menggerakkan perekonomian sekaligus menciptakan peluang besar. Perekonomian yang ada di Indonesia saat ini salah satunya didukung oleh adanya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dimana UMKM tersebut memiliki peran yang penting dalam perekonomian masyarakat dan merupakan salah satu penggerak ekonomi di Indonesia. Karena dalam faktanya UMKM sangat membantu untuk penciptaan lapangan kerja, membantu mengurangi angka kemiskinan, berkontribusi pada inovasi dan produk domestik bruto (PDB) negara. Para pelaku UMKM berharap usaha mereka dapat mencapai keuntungan sehingga mereka dapat terus menjalankan kegiatan bisnis mereka.

UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah, karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas bisnis ekonomi

dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Windyarsita & Anggraeni, 2021).

Pada tingkat nasional, Indonesia mengakui peran strategis UMKM dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengurangan ketidaksetaraan ekonomi. Pada khususnya, Kota Bandung telah menjadi sorotan sebagai lokomotif bagi perkembangan UMKM, menjadikannya sebagai kawasan yang mendukung pertumbuhan sektor ini. Pendekatan inklusif dari pemerintah kota dalam menciptakan kebijakan yang mendukung dan memberdayakan UMKM telah menjadi kunci kesuksesan dalam menciptakan ekosistem bisnis yang beragam dan berdaya saing (Lutfi, 2021).

Menurut Agus Jamaludin (2017;2) menyatakan bahwa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Mendorong ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu kegiatan ekonomi yang tumbuh di Indonesia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) UMKM mencapai lebih dari 199.562.843 jiwa atau sejumlah 85,31% dari Angkatan kerja mencapai 140.150.000 dan terdapat 65.465.497 unit UMKM maupun setara 99,99% dari jumlah unit bisnis tahun 2019 total unit usaha mencapai 65.471.134.

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi

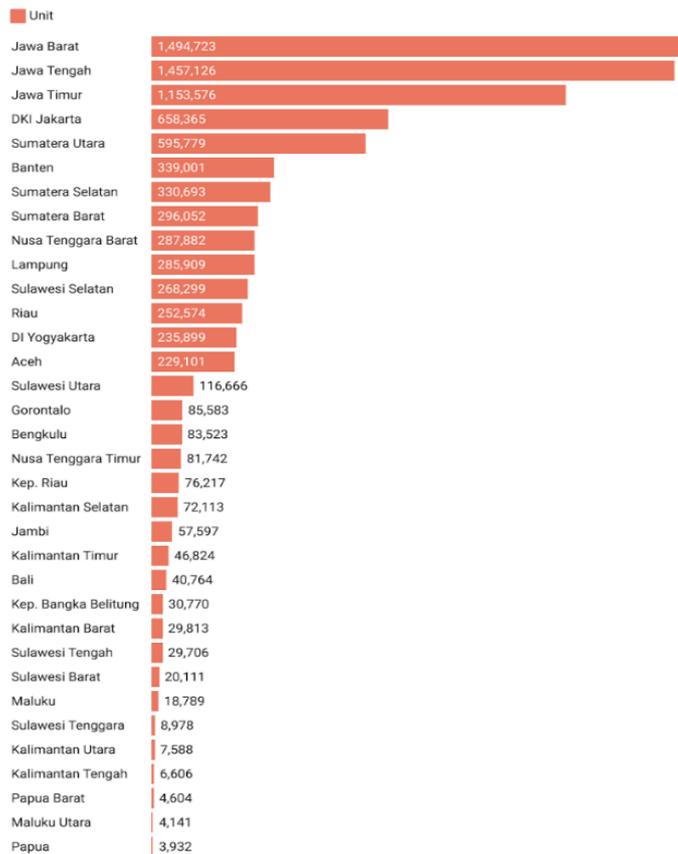


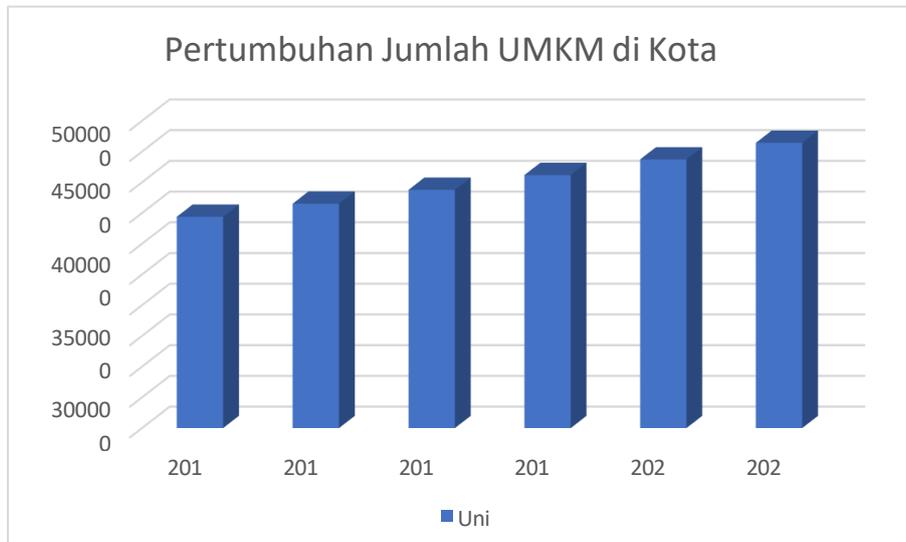
Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah • Created with Datawrapper

Gambar 1. 1
Data Jumlah UMKM di Indonesia

Dari data gambar di atas Provinsi, Jawa Barat menempati urutan pertama UMKM terbanyak dengan jumlah mencapai 1,49 juta unit usaha. Sementara daerah paling sedikit diduduki oleh Papua dengan jumlah 3,9 ribu unit. Berdasarkan data di atas, Indonesia memiliki potensi bisnis ekonomi nasional yang kuat dilihat dari jumlah UMKM terutama usaha mikro yang jumlahnya sangat banyak dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang sangat besar.

Dengan jumlah UMKM yang setiap tahunnya selalu meningkat dan membantu penyerapan tenaga kerja. Di Provinsi Jawa Barat merupakan daerah

yang terkenal dengan UMKM nya yang mendongkrak perekonomian, tepatnya di Kota Bandung.



Sumber : Kementrian Dinas Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah

Gambar 1. 2
Pertumbuhan Jumlah UMKM di Kota Bandung (2021)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pertumbuhan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Bandung sangat meningkat dari tahun ke tahun. Yang di mana Sebagian besar UMKM menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat dalam negeri, dari sisi distribusi UMKM memiliki peran penting dalam memutar rantai pasok produk dari produsen ke konsumen, dan dari sisi konsumsi UMKM merupakan kekuatan demand yang dapat menggerakkan roda perekonomian.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung memiliki latar belakang yang begitu kaya dan kompleks, mencerminkan semangat kewirausahaan dan inovasi yang telah mewarnai sejarah perekonomian lokal. Sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia, Bandung bukan hanya sekedar pusat pemerintahan dan pendidikan, tetapi juga merangkul keberagaman budaya,

keaktivitas, dan semangat kemandirian usaha. Peningkatan peran UMKM dalam perekonomian kota ini tidak lepas dari dukungan pemerintah lokal yang memahami pentingnya memberdayakan pelaku usaha kecil untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tabel 1. 1
Total Peningkatan UMKM Kota Bandung Tahun 2019 - 2022

Tahun	Jumlah UMKM
2019	14.974
2020	15.790
2021	17.755
2022	36.739

Sumber : Portal Satu Data Kota Bandung

Pada Tabel 1.1 di atas, terdapat data yang mencerminkan total peningkatan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung selama periode tahun 2019 hingga 2022. Data ini memberikan gambaran perkembangan sektor UMKM dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, jumlah UMKM di Kota Bandung mencapai 14.974 unit. Dalam tahun berikutnya, terdapat peningkatan yang cukup signifikan, dengan jumlah UMKM meningkat menjadi 15.790 pada tahun 2020. Peningkatan ini menunjukkan potensi pertumbuhan sektor UMKM di kota tersebut. Pada tahun 2021, trend positif tersebut terus berlanjut dengan adanya peningkatan jumlah UMKM menjadi 17.755. Peningkatan ini mungkin mencerminkan berbagai faktor, seperti kebijakan dukungan pemerintah, perkembangan ekonomi lokal, dan inovasi di dalam sektor UMKM. Namun, perkembangan yang paling mencolok terjadi pada tahun 2022, di mana jumlah UMKM melesat secara dramatis menjadi 36.739.

Peningkatan yang sangat signifikan ini dapat diartikan sebagai indikasi adanya dorongan kuat dalam pengembangan UMKM di Kota Bandung. Kemungkinan, ini juga mencerminkan adanya upaya pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendorong pertumbuhan sektor ini. Dengan adanya tren positif ini, dapat diharapkan bahwa sektor UMKM di Kota Bandung memiliki peran yang semakin besar dalam kontribusinya terhadap ekonomi lokal dan nasional. Peningkatan jumlah UMKM juga dapat menjadi indikator keberhasilan kebijakan pembangunan ekonomi dan dukungan yang diberikan kepada pelaku UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menggerakkan roda ekonomi secara keseluruhan.

Salah satu faktor penting dalam perkembangan UMKM di Bandung adalah keberagaman budaya yang melimpah di kota ini. Keanekaragaman ini bukan hanya mencakup budaya tradisional Jawa Barat, tetapi juga melibatkan warisan budaya dari berbagai suku dan etnis yang tinggal di Bandung. Kreativitas dan keunikan dalam produk dan jasa UMKM Bandung sering kali mencerminkan sentuhan budaya yang khas, menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen yang mencari pengalaman yang autentik dan berbeda (Indrianti, 2020).

Selain itu, aksesibilitas terhadap berbagai sumber daya juga menjadi pendorong utama bagi UMKM di Bandung. Posisinya yang strategis sebagai kota yang terhubung dengan baik melalui jalur darat, udara, dan rel, menjadikannya tempat yang menarik bagi para pelaku usaha kecil untuk mengembangkan jaringan mereka. Selain itu, perkembangan teknologi informasi juga memberikan dampak

positif dengan memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online, mencapai pasar yang lebih luas, bahkan di luar wilayah geografis Bandung.

Selain itu, pentingnya penguatan kapasitas dan keterampilan manajerial bagi pelaku UMKM tidak boleh diabaikan. Pelatihan dan pendampingan yang terarah dapat membantu mereka mengelola usaha mereka dengan lebih efektif, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, peran aktif dari pihak-pihak terkait, termasuk lembaga pendidikan dan pelatihan, sangat diperlukan untuk memberikan dukungan yang berkelanjutan (Utama, 2020) (Indrianti, 2020).

Bisnis roti di Indonesia berkembang pesat. Roti kini menduduki urutan ketiga sebagai makanan pokok setelah nasi dan mie. Potensi bisnis roti dan kue mencapai Rp. 20,5 triliun pada tahun 2020. Industri roti di Indonesia terdiri dari 60% usaha tradisional UMKM, 20% produsen besar dan 12% produsen roti artisan.

Industri roti (bakery) merupakan bagian dari industri makanan jadi dengan memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Roti merupakan produk yang paling pertama dikenal dan paling populer. Roti juga dikelompokkan dalam produk bakery bersama dengan cake, donat, biscuit, kraker, dan pie. Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua kalangan masyarakat menjadi peluang usaha industri roti ini semakin menjanjikan. Keadaan ini menjanjikan skala usaha yang bergerak di bidang roti sangat beragam, mulai dari yang kecil atau bersifat Home Industri, menengah dan industri besar.

Tabel 1. 2
Daftar Toko Roti di Kota Cimahi

No	Nama Toko Roti	Lokasi
1	Roti Jaya Makmur	Jl. Setiamah, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40524
2	Denish Bakery	Komplek Baros Indah No.51, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi 40533
3	Tangibaa Bakery	Gg. Awi Gombong No.47, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi 40525
4	Asmaul Cake	Jl. Kyai H. Usman Dhomiri, Padasuka Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40526
5	Toko Liza Bakery	Jl. Ibu Ganirah, Cibeber, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi 40531
6	Roti Jhon	Giri Mekar Jaya No.1 Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40526
7	Hananiya Bakery	Jl. Jabung II, Melong, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi 40534
8	Cipta Rasa	Jl. Sriwijaya, Setiamah, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40524
9	Mamma Roti	Jl. Melong Raya No.40, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi 40534
10	Kampoeng Roti	Jl. Raya Barat, Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40526
11	Sakuraku Bakery	Jl. Mahar Martanegara, Gg. Darma Bhakti, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi
12	Roti Gembong Gembul	Jl. Cihanjuang No.70, Cibabat, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40513
13	RotiO	Jl. Jend. H. Amir Machmud No.150 Cigugur Tengah, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40522
14	Nhie Kitchenette	Jl. Raya Barat, Setiamah, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40525
15	Roti & Bolu Denish	Jl. Raya Cimindi, Gg. H. Arsad, Cibeureum, Kec. Cimahi, Kota Cimahi
16	Roti Aren	Jl. Cihanjuang No.A7, Cibabat, Cimahi Utara, Kota Cimahi 40513
17	Lingga Kitchen Cakes & Bakery	Jl. Rancabentang No.36, Cibeureum, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi
18	Noni's Bakery	Jl. Ciawitali No.5, Citeureup, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40512
19	Cihanjuang Cake & Bakery	Jl. Cihanjuang, Cibabat, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi 40513
20	Bolu Bakar Tunggal	Cibabat, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi
21	Alika Bakery	Jl. Baros, Utama, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi
22	Roti Raden	Jl. Terusan Kebon Manggu, Padasuka, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40526

No	Nama Toko Roti	Lokasi
23	Arief Bakery	Cigugur Tengah, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi 40522
24	Sari Good Bakery	Jl. Mahar Martanegara, Utama, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40533
25	Anugrah Cipta Rasa	Jl. Kerkof No.1, Leuwigajah, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40532
26	Roti Aromanis	Jl. Pasar Atas No.25, Cimahi, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40525
27	Braunschweig Bakery	Gg. Karya Bakti, Cibeureum, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi 40535
28	Yummy Singosari	Jl. Singosari Ujung No.71, Melong, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40534
29	Roti Kupi	Jl. Budi Raya, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi 50514
30	Lajoya Bakery	Komplek Permata Cimahi, Jl. Permata Raya 21 No.5, Jawa Barat 40552
31	Momis Bakery	Jl. Pd. Mas Raya No.36, Leuwigajah, Kec. Cimahi Sel., Kota Cimahi, Jawa Barat 40521
32	Kedai Kue Bu Soleh	Jl. Lurah No.40, Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat 40523

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan daftar jumlah umkm roti di Kota Cimahi yang menjadi objek penelitian penulis yaitu sebanyak 32 umkm roti yang ada di Kota Cimahi. Usaha roti di kota Cimahi banyak yang masih bertahan hingga sampai dengan saat ini. Pada kondisi saat ini pertumbuhan usaha di bidang kuliner sudah cukup banyak bermunculan dan semakin bertambah, bukan hanya pengusaha kecil, namun diiringi dengan kemunculannya pengusaha besar yang membangun pabrik roti dengan skala besar dan memasarkan produknya ke pasar dengan pengusaha kecil. Sehingga para pelaku usaha umkm diharapkan untuk memiliki kompetensi kewirausahaan agar dapat mempertahankan keberhasilan usahanya.

Persaingan ketat di pasar lokal merupakan salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM ini. Seiring dengan pertumbuhan kota dan perkembangan industri, bisnis roti di Kota Cimahi menjadi semakin ramai. Ini menempatkan tekanan

tambahan pada para pelaku usaha roti untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka agar tetap relevan dan bersaing secara efektif. Pelaku usaha harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan konsumen, tren pasar, dan strategi pemasaran agar dapat mengatasi persaingan yang semakin sengit.

Tantangan kedua yang dihadapi UMKM bisnis roti adalah rendahnya karakteristik usaha di kalangan pelaku industri, sebagian pengusaha mungkin kurang memahami aspek manajemen usaha, pemasaran, dan inovasi produk. Keberhasilan dalam bisnis tidak hanya tergantung pada kualitas produk tetapi juga pada kemampuan untuk mengelola usaha secara efisien, memahami pasar, dan merespon perubahan tren konsumen.

Menurut Wahdiniwaty dan Wijayati (2016) persaingan industri di bidang barang dan jasa semakin dirasakan oleh seluruh masyarakat, khususnya pada pengusaha. Keadaan ini memaksa perusahaan untuk lebih tanggap terhadap perubahan pasar yang cepat serta dinamis.

Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, maka pelaku usaha harus selalu bisa meningkatkan kinerja usahanya demi mempertahankan eksistensi usahanya. Seorang wirausaha harus memiliki sifat percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambil risiko yang rasional, kepemimpinan lugas, inovasi kreatif dan berorientasi pada masa depan (Wahdiniwaty dan Rustami, 2019).

Keberhasilan dalam usaha pada dasarnya adalah sukses dalam mencapai tujuan usaha tersebut, dan keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari setiap bisnis atau perusahaan yang semua aktivitasnya ditujukan untuk kesuksesan atau pencapaiannya. Keberhasilan atau kesuksesan suatu usaha umumnya mengacu pada

menjadi lebih baik dari pada di masa lalu, agar dapat mencapai suatu keberhasilan usaha tentunya memiliki beberapa faktor untuk dapat mencapainya. (Susanto & Suhariadi, 2022).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha berasal dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, manajemen organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, kepemilikan, budaya perusahaan, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak eksternal, dan tingkat kewirausahaan. Faktor eksternal meliputi kebijakan pemerintah dan non pemerintah. (Agustina, Gerhana & Sulaiman, 2020).

Salah satu faktor internal penyebab keberhasilan suatu usaha adalah sumber daya manusia. Tetapi terdapat potensi kegagalan pada suatu usaha jika tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas pada sumber daya manusia. Menurut (Tina & Fourqoniah, 2022) bahwa faktor penyebab kegagalan usaha salah satunya yaitu dari diri individu itu sendiri seperti kurangnya konsistensi dalam menjalankan usaha, kurang telaten, kurang bisa menghadapi kesulitan dan kurang percaya diri. Dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor dalam diri wirausaha yang bisa berupa kepribadian, sifat maupun yang lainnya.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan inovasi, karena inovasi merupakan salah satu sumber pertumbuhan perusahaan, maka inovasi harus dihasilkan oleh perusahaan, inovasi produk merupakan salah satu faktor terpenting bagi pemasar Ketika memasarkan produknya. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk

baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen, Rumahak dan Rahayu dalam (Harly & Octavia, 2017).

Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian perusahaan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Dengan demikian inovasi produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat.

Pelaku usaha kecil menengah memerlukan kompetensi kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan dapat diartikan *Entrepreneurial competency is defined as the individual characteristics. Entrepreneur is a person who undertakes risk for gaining profit in the business venture* menurut Kaur & Bains (2013). Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan sebagai karakteristik individu, wirausahawan merupakan orang yang mengambil alih resiko untuk memperoleh manfaat dari bisnis yang dijalaninya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing bisnis dalam usahanya, seperti menetapkan harga yang kompetitif dan menggunakan bahan baku yang baik untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Mereka juga menciptakan keunikan untuk membedakan mereka dari pesaing (Iffan, 2020, p.78).

Sebagai pelaku usaha, kompetensi kewirausahaan yang merupakan gabungan antara sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang saling terhubung sangat dibutuhkan untuk mencapai kinerja yang baik dalam menjalankan usahanya.

Kewirausahaan merupakan roda penggerak pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Kewirausahaan dan pertumbuhan ekonomi memiliki hubungan yang sangat erat dan positif dimana peningkatan jumlah wirausaha menyebabkan peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Peneliti menganalisis hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha, dengan mempertimbangkan inovasi produk. Studi ini memberikan kontribusi baru pada literatur kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk karena menemukan bukti bahwa inovasi adalah cara yang efektif untuk menyalurkan kompetensi kewirausahaan ke dalam proses inovasinya dan untuk meningkatkan keberhasilan usaha UMKM, selain itu inovasi ditemukan memiliki peran antara kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan UMKM.

Peneliti akan melakukan sebuah penelitian pada UMKM Roti di Kota Cimahi. Berikut ini tabel yang peneliti sajikan berdasarkan dari survei awal yang dilakukan kepada responden para pelaku usaha Roti di Kota Cimahi:

Tabel 1. 3
Survei Awal Keberhasilan Usaha

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah penjualan produk selalu mencapai target penjualan?	27% 8	73% 22
2	Apakah keuntungan sudah menutupi modal awal?	63% 19	37% 11
3	Apakah pendapatan usaha dapat menutupi biaya operasional usaha?	57% 17	43% 13

Berdasarkan hasil survei awal keberhasilan usaha yang dilakukan pada 30 responden para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi, bahwa dapat dilihat ada masalah pada hasil kuesioner tersebut pada permasalahan “Apakah penjualan

produk selalu mencapai target penjualan?” para pelaku usaha sebanyak 73% menjawab tidak. Hal itu disebabkan karena banyaknya pesaing pada lokasi tersebut, terutama adanya perusahaan berskala besar dengan kuantitas produksinya yang banyak dan juga disebabkan karena kurang responsif terhadap produk pesaing dan hanya fokus pada produknya sendiri yang dihasilkan tanpa melihat dengan detail kelebihan dan kekurangan pesaing serta kurangnya penyesuaian produk yang dihasilkan.

Tabel 1. 4
Survei Awal Inovasi Produk

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah bahan baku pada produk roti anda sudah memakai bahan yang berkualitas?	77% 23	23% 7
2	Apakah produk roti anda sudah memiliki banyak varian rasa?	53% 16	47% 14
3	Apakah anda sudah meningkatkan desain dan gaya pada usaha roti?	43% 13	57% 17

Berdasarkan hasil survei awal inovasi produk yang dilakukan pada 30 responden di temukan masalah pada kuesioner “Apakah anda meningkatkan desain dan gaya pada kemasan roti?” sebanyak 57% pelaku usaha menjawab tidak. Para pelaku usaha mengetahui perkembangan yang terjadi saat ini, namun mereka kurang dalam hal mementingkan desain kemasan produk roti disebabkan karena cukup sulit untuk bisa menyaingi karena masalah permodalan dan biaya produksi, sehingga banyak konsumen yang lebih tertarik untuk membeli produk pada perusahaan berskala besar dibandingkan produk roti yang diproduksi oleh UMKM.

Tabel 1. 5
Survei Awal Kompetensi Kewirausahaan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda dapat membuat produk yang akan dijual?	93% 28	7% 2
2	Apakah anda sudah memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik?	83% 25	17% 5
3	Apakah anda dapat mengelola keuangan dengan baik?	57% 17	43% 13
4	Apakah anda memiliki konsep yang berbeda dengan usaha lain pada produk yang dijual?	37% 11	63% 19
5	Apakah anda berani mengambil keputusan yang berisiko untuk usaha?	47% 14	53% 16

Berdasarkan hasil survei awal kompetensi kewirausahaan yang dilakukan 30 responden para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi, terdapat permasalahan ditemukan pada kuesioner “Apakah anda memiliki konsep yang berbeda dengan usaha lain pada produk yang dijual?” 63% pelaku usaha menjawab tidak.

Lalu masalah lain ditemukan dalam kuesioner “Apakah anda berani mengambil keputusan yang berisiko untuk usaha?” sebanyak 53% para pelaku usaha menjawab tidak. Para pelaku usaha mengetahui bahwa selalu ada risiko dalam bisnis apapun, dan ketika mereka mendirikan atau memperluas cabang, mereka memperluas basis bisnisnya atau memulai bisnis baru di lokasi lain.

Pada fenomena diatas peneliti menemukan bahwa ada permasalahan terkait pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk agar dapat bersaing di pasar. Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan judul, “**Pengaruh**

Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Produk (Studi Kasus UMKM Industri Roti di Kota Cimahi).

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi tidak selalu mencapai target penjualan.
2. Para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi kurang dalam meningkatkan desain pada kemasan.
3. Para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi tidak memiliki konsep yang berbeda dengan usaha lain pada produk yang dijual, dan tidak berani mengambil keputusan yang berisiko untuk usaha.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden tentang kompetensi kewirausahaan terhadap industri roti di Kota Cimahi?
2. Bagaimana tanggapan responden tentang keberhasilan usaha terhadap industri roti di Kota Cimahi?
3. Bagaimana tanggapan responden tentang inovasi produk terhadap industri roti di Kota Cimahi?
4. Seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada industri roti di Kota Cimahi?
5. Seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi produk pada industri roti di Kota Cimahi?

6. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada industri roti di Kota Cimahi?
7. Seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada industri roti di Kota Cimahi?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi secara mendalam pengaruh pada inovasi dan keberhasilan usaha industri roti di Kota Cimahi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan informasi yang berharga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal.

Penelitian ini untuk memahami sejauh mana pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan mempengaruhi inovasi dan keberhasilan usaha UMKM industri roti di Kota Cimahi. Ini akan mencakup penyelidikan terhadap keterampilan manajemen, pemasaran, dan inovasi yang perlu untuk bersaing di pasar. Selain itu, penelitian ini juga untuk memahami pengaruh kompetensi kewirausahaan dan tingkat inovasi terhadap kinerja finansial dan pertumbuhan bisnis industri roti di Kota Cimahi. Ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana UMKM dapat menjadi lebih sukses dan tumbuh lebih cepat.

Akhirnya, penelitian ini akan berusaha menjelaskan hubungan antara kompetensi kewirausahaan, keberhasilan usaha dan inovasi produk dalam konteks UMKM industri roti di Kota Cimahi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat

memberikan rekomendasi yang berguna bagi UMKM untuk memperbaiki kompetensi dan keberhasilan usaha mereka, dan pada akhirnya berkontribusi lebih besar pada ekonomi lokal.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kompetensi kewirausahaan dari para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keberhasilan usaha dari para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai inovasi produk dari para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dari para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi produk dari para pelaku usaha industri roti di Kota Cimahi.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha dari para pelaku industri roti di Kota Cimahi.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada industri roti di Kota Cimahi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi serta manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat digunakan sebagai bahan atau tambahan pengetahuan dengan tujuan langsung pada perusahaan bersangkutan, untuk mencari tahu seberapa jauh hubungan teori yang diterima dengan praktek pengaplikasiannya.

2. Pihak Lain

Dapat dipakai sebagai sumber rujukan atau pedoman bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan riset di sektor yang serupa dengan riset ini.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pelaku Usaha

Bagi Pelaku Usaha yang tergabung pada Industri Roti di Kota Cimahi. Memberikan saran dan masukan untuk mengevaluasi apa saja yang dapat diperbaiki dari objek yang diteliti demi kemajuan dan keberhasilan usaha.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan hasil penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai indikator untuk mengembangkan dan juga sebagai bahan evaluasi terhadap kemajuan dalam melakukan penelitian intelektual dengan keberhasilan usaha pada Industri Roti di Kota Cimahi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada pelaku usaha Skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Cimahi.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1. 6
Waktu Pelaksanaan Penelitian

NO	Uraian	Waktu Penelitian																								
		Maret			April			Mei			Juni			Juli			Agustus									
1	SurveyTempat Penelitian	■	■																							
2	Melakukan Penelitian			■																						
3	Mencari Data				■																					
4	Membuat Proposal					■																				
5	Seminar						■																			
6	Revisi							■																		
7	Penelitian Lapangan								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Bimbingan										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Sidang																							■	■	■