

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2017 menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 62,9 juta unit dan berkontribusi sekitar 60% terhadap PDB Indonesia tahun 2017. Peningkatan kemampuan dalam sektor industri merupakan suatu tolak ukur bagaimana kemajuan ekonomi nasional. Peran dari industri ini dapat terlihat dalam membuka kesempatan peluang usaha dan kesempatan kerja bagi sumber daya lokal sehingga mampu bertahan dalam krisis ekonomi yang terjadi.

Industri atau perusahaan memiliki tujuan utama yang sama yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan meningkatkan kemampuan serta kreativitas di dalam usahanya. Salah satu yang sedang mendapatkan perhatian dari pemerintah dalam meningkatkan prekonomian nasional yaitu sektor perindustrian dengan memberdayakan sektor industri kecil dalam menciptakan produk atau jasa yang kreatif agar dapat bersaing dan mempermudah para pelaku usaha dalam membuat perizinan dengan cepat.

Industri kecil selain menunjang tercapainya pembangunan yang merata, juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat golongan ekonomi lemah yang jumlahnya cukup banyak. Kenyataan ini memberi gambaran bahwa industri kecil pada hakekatnya masih bertahan dalam struktur ekonomi Indonesia dari waktu ke waktu dengan berbagai tantangan seperti kekurangan modal, pemasaran,

keahlian dan pengetahuan tenaga kerja tetapi masih tetap menunjukkan tingkat perkembangan yang baik. Industri kecil membawa dampak positif dalam perekonomian Indonesia, hal ini terbukti dalam mensejahterakan masyarakat terutama bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan.

Kota Bandung sebagai salah satu kota terbesar di Jawa Barat memiliki banyak potensi dalam meningkatkan ekonomi daerah terutama dalam sektor UMKM, Dari tahun 2009 hingga 2012 jumlah industri kecil menengah dan besar di Kota Bandung terus meningkat. Serta menyumbang Investasi sebesar Rp. 8.560783,48 Juta pada tahun 2012 (<http://www.depkop.go.id/>). Sedangkan dalam kegiatan ekonomi salah satunya memperbaiki masalah tenaga kerja sebagaimana dapat di lihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Kota Bandung

Tahun	UMKM	Tenaga Kerja	Investasi
2009	10 701 Unit	72 431 Orang	69 253,40
2010	10 820 Unit	121 120 Orang	147 980,4
2011	10 820 Unit	121 120 Orang	8 560 783,48
2012	10 821 Unit	121 120 Orang	8 560 783,48

Sumber Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Pada tabel 1.1 dapat terlihat dengan semakin berkembangnya dan bertambahnya pelaku usaha akan mampu menyerap tenaga kerja dalam mengurangi angka pengangguran serta memberikan sumbangan investasi bagi Kota Bandung. Hal ini membuktikan bahwa UMKM memiliki peran sangat penting dalam perekonomian Kota Bandung terutama dalam menyerap tenaga kerja. Dengan demikian industri kecil dan menengah mempunyai potensi jauh lebih baik untuk terus dikembangkan sebagai salah satu penggerak industri yang

diharapkan dapat membantu menanggulangi masalah pada ketenagakerjaan. Dalam mengurangi tingkat pengangguran kota Bandung memiliki beberapa industri yang terkenal yang dapat di lihat pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Industri Yang ada Di Kota Bandung

Jenis Sentra Industri	Nama Sentra
Sentra Industri Makanan	Sentra Industri Telur Asin
	Sentra Industri Ikan Pindang
	Sentra Industri OPAK
	Sentra Industri Roti
	Sentra Industri Tahu Cibuntu
	Sentra Industri Gorengan Tempe
Sentra Industri Boneka	Sentra Industri Boneka Sukajadi
	Sentra Industri BonekaWarung Muncang
Sentra Industri Fashion	Sentra Industri Kaos sablon Suci
	Sentra Industri Pakaian Anak Pagarsih
	Sentra Industri Pakaiana Cigondewa
	Sentra Industri Tas Kebon Lega
	Sentra Industri Sepatu Cibaduyut
	Sentra Industri Rajut Binong Jati
Sentra Industri Logam, Kayu dan Kertas	Sentra Industri Rajut Margasari
	Sentra Industri Las dan bubut
	Sentra Industri Suku Cadang
	Sentra Industri Las Keramik
	Sentra Industri Kusen
	Sentra Industri Las Ketok
	Sentra Industri Percetakan Pagarsih
Sentra Industri Kenalpot	

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung

Salah satu dari sekian banyaknya industri produk dan jasa di Indonesia tepatnya di Kabupaten Bandung adalah Sentra Industri Percetakan Pagarsih. Industri Sentra Percetakan Pagarsih merupakan prodesen yang memberikan jasa dalam percetakan seperti buku, kalender, kartu undangan, kartu nama, Mug dan souvenir lain – lain.

Sentra Industri Percetakan Bandung merupakan tempat yang menjadi pusat yang menawarkan jasa percetakan yang memudahkan konsumen dalam

mencari jasa percetakan yang sesuai dengan pilihan. Hal tersebut yang menjadikan sentra industri percetakan pagarsih dikenal luar bukan hanya di dalam negeri tetapi juga luar negeri dalam menawarkan jasa dalam melakukan percetakan, selain itu sentra ini menawarkan jasa dengan harga yang dapat di jangkau semua kalangan untuk menggunakan jasa di sentra ini.

Dalam proses memproduksi jasa percetakan pada Sentra industri percetakan pagarsih ini didukung oleh alat teknologi yang baik. Dari mulai pembuatan undangan, kartu nama dalam partai besar dilakukan dengan menggunakan mesin. Terlepas dari itu pelaku usaha di percetakan pagarsih dituntut untuk memiliki kemampuan dan kreativitas untuk memuaskan konsumen, Sebagaimana hasil wawancara penulis kepada bapak Panji selaku pengelola di sentra percetakan pagarsih mengatakan “usaha percetakan di sini telah memiliki konsumen didalam dan diluar negeri. Di luar negeri ada beberapa yang sering melakukan pemesanan di sini seperti singapura, Malaysia dan Brunei Darusalam”. Penggunaan teknologi mengembangkan konsep dari *entrepreneur* menjadi *technopreneur*. Penggunaan teknologi tersebut didukung dengan adanya tingkat kepercayaan diri (*self efficacy*) dan kreativitas para pelaku usaha.

Menurut Hmieleski dan Baron (2008) *self efficacy* adalah tingkat kepercayaan diri seseorang dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan tertentu dengan baik. *Self efficacy* memiliki keterkaitan dengan pengambilan keputusan seseorang karena cenderung memikirkan kemampuan dirinya untuk melakukan keputusan tersebut. *Self efficacy* pada pelaku usaha di sentra kecimpring diukur dengan tiga indikator, yaitu aspek *magnitude*, aspek *strenght*, dan aspek

generality yang masing-masing diukur oleh satu pernyataan. Berikut tabel *self efficacy* pada pelaku usaha di sentra kecimpring Desa Pagerwangi :

Tabel 1.3
Tanggapan Responden Mengenai *Technopreneurship*

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Saya mempunyai dan merumuskan rencana bisnis pada usaha yang Saya miliki (deskripsi usaha, rencana teknologi, pengelolaan keuangan, rencana kegiatan kerja dan lainnya).	28 (88%)	4 (12%)
2.	Saya mempunyai kreasi bentuk dalam usaha yang Saya miliki (seperti desain undangan, membuat kartu nama)	23 (72%)	9 (28%)
3.	Saya berinovasi pada produk yang Saya produksi (seperti pembuatan souvenir, mug dll)	3 (9%)	29 (91%)

Sumber : Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil survei diatas terhadap 32 responden terdapat 91% dari pelaku usaha masih tidak mampu melakukan inovasi terhadap produk dan proses produksinya dalam mengelolah Kecimpring, dari mengelolah produk dengan menggunakan teknologi terbaru serta melakukan inovasi agar produk dapat berbeda dengan produk lain (Desain kemasan).

Dari hasil di atas maka penulis menyimpulkan bahwa para pelaku usaha kecimpring masih tidak mampu dan tidak ada keinginan kuat dalam menggunakan teknologi dalam proses yang mereka jalani dalam proses produksi maupun pemasaran, seharusnya di era sekarang para pengusaha harus dapat mengikuti perkembangan yang ada agar usaha yang di jalani dapat terus berkembang sebagai yang di katakana oleh **Hamid (2011:92)** definisi dari *technopreneurship* adalah **kemampuan berwirausaha yang ditingkatkan dengan kemampuan teknologi.**

Dengan adanya kemauan para pelaku usaha dalam melakukan proses produksi dan pemasaran akan berdampak positif bagi usaha yang di jalankan sebagai mana yang di katakan oleh Septiar dalam acara Pemberdayaan pemuda yang diselenggarakan YouthSpark Live 2014 bahwa “teknologi diperlukan untuk mendorong pertumbuhan usaha serta memiliki kemampuan serta optimis”. (<https://news.okezone.com>).

Berdasarkan dari penjabaran di atas maka memiliki minat terhadap menggunakan teknologi dalam usaha yang di jalankan akan berdampak baik bagi usaha serta harus di dukung oleh kemampuan (*Self Efficacy*).

Untuk melihat bagaimana *Self Efficacy* berdampak terhadap minat menggunakan teknologi dalam usaha yang di jalankan, maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 32 pengusaha kecimpring yang memperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1.4
Tanggapan Responden Mengenai *Self Efficacy*

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Saya optimis dapat merealisasikan penggunaan teknologi pada usaha yang Saya miliki.	21 (66%)	11 (34%)
2.	Saya berkomitmen untuk beradaptasi dan belajar perihal penggunaan teknologi pada usaha yang Saya miliki.	17 (53%)	15 (47%)
3.	Saya dapat menyikapi perubahan ke arah teknologi dengan baik.	10 (31%)	22 (69%)

Sumber : Diolah Peneliti, 2019

Dari hasil survei diatas terhadap 32 responden terdapat 22 pengusaha atau 69% dari pelaku usaha masih tidak mampu atau siap dalam menerima

perubahan yang terjadi di era sekarang, seperti penggunaan teknologi yang terbaru atau proses penjualan yang menggunakan internet.

Dari hasil penyebaran kuesiner awal yang peneliti lakukan dapat di simpulkan bahwa para pengusaha tidak mampu menyikapi atas perubahan yang terjadi di karenakan para pengusaha tidak diberikan pengetahuan atau pelatihan atau kerangnya perhatian pemerintah dalam memberdayakan pengusaha kecil.

Seharusnya untuk menciptakan pengusaha yang dapat memanfaatkan teknologi dalam melakukan pembuatan serta penjualan harus di dukung pemerintah karena usaha kecil merupakan salah satu sumber pendapatan ekonomi Indonesia. Akan tetapi dalam implementasi di lapangan pemerintah di nilai kurang memperhatikan usaha kecil dan menengah, sebagaimana yang di katakana oleh Menteri Koperasi dan UKM AAGN Puspayoga “kurangnya perhatian pemerintah menjadikan UKM masih jadi anak tiri di Indonesia” (<https://www.tribunnews.com>).

Selain itu untuk menciptakan suatu kemampuan (*Self Efficacy*) di perlukanya suatu kreativitas sebagaimana yang di katakan oleh Josephus Primus “Ada tiga fokus yang menjadi syarat agar usaha kecil dan menengah (UKM) kreatif semakin maju. Ketiganya adalah terbinanya keterampilan dan kemampuan berbisnis, tersedianya platform penjualan, dan terdorongnya citra dan pemasaran produk”. (<https://ekonomi.kompas.com>).

Dari hasil penjabaran di atas peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelaku usaha kecimpring di pagawangi untuk mengetahui bagaimana kreativitas pengusaha dalam melakukan produksi serta penjualan.

Tabel 1.5
Tanggapan Responden Mengenai Kreativitas

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Saya merasa tertantang untuk mengembangkan dan membuat perubahan pada usaha yang Saya miliki.	15 (47%)	17 (53%)
2.	Saya memiliki motivasi diri yang tinggi pada usaha yang Saya miliki.	32 (100%)	0 (0%)
3.	Saya memiliki visi atau pandangan jauh ke depan pada usaha Saya miliki.	13 (41%)	19 (59%)
4.	Saya berani mengambil risiko pada setiap keputusan pada usaha yang Saya miliki.	29 (91%)	3 (9%)

Sumber : Diolah Peneliti, 2019

Pada tabel di atas dapat dilihat hasil dari survey awal yang dilakukan pada 32 orang responden mayoritas menjawab bahwa para pelaku usaha di sentra kecimpring sebanyak 53% pengusaha tidak merasa tertantang dalam melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Serta sebanyak 59% pengusaha tidak memiliki visi atau pandangan ke depan untuk memajukan usaha yang di jalankannya.

Dari hal tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa pelaku usaha tidak ada kemauan yang kuat dalam mengembangkan kreativitas untuk usaha yang di jalankan agar usaha tersebut menjadi lebih baik. Seharunya pengusaha memiliki kemauan yang kuat untuk menciptakan suatu kreativitas dalam menjalankan usahanya, sebagaimana yang di katakan Chairul Tanjung yaitu Founder and Chairman CT Corp dalam acara Dies Natalis ke-58 Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) “Pentingnya Kreativitas untuk menjadi Pengusaha” (<https://finance.detik.com>).

Menurut Alma (2011:69) kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan antara unsur-unsur data variabel yang ada.

Penulis beranggapan permasalahan tersebut penting untuk dikaji dan dicari solusi pemecahannya, karena mengingat fungsi dan peran dari sektor industri kecil yang sudah banyak membantu dalam kegiatan perekonomian. Berdasarkan permasalahan yang ada, akhirnya penulis tertarik dalam penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Self Efficacy* dan Kreativitas terhadap *Technopreneurship* (Studi Kasus pada Sentra Percetakan pagarsih Bandung)”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survei awal, penulis menemukan permasalahan – permasalahan pada Sentra Kecimpring di Desa Pagerwangi Bandung diantaranya yaitu:

1. Para pelaku usaha kurang mampu dalam menyikapi perubahan dalam penggunaan teknologi.
2. Kurangnya kesadaran pengusaha dalam mengembangkan dan membuat perubahan pada usaha yang di jalankan untuk lebih baik.
3. Kurangnya visi dan kemauan pengusaha melihat peluang di masa yang akan datang.
4. Kurangnya kemampuan pengusaha dalam berinovas dalam proses, produksi dan pengemasan produk.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai *Self-Efficacy* terhadap Intensi Technopreneursip.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kreativitas terhadap Intensi Technopreneursip.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Intensi Technopreneursip
4. Bagaimana pengaruh *Self-Efficacy* dan Kreativitas yang dirasakan pelaku usaha terhadap Intensi Technopreneursip secara simultan maupun parsial pada Sentra Kecimpring di Desa Pagerwangi Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari identifikasi masalah di atas, maka maksud dilakukannya penelitian ini adalah berhubungan dengan masalah Pengaruh *Self Efficacy* dan Kreativitas terhadap Intensi *Technopreneurship* pada Sentra Kecimpring di Desa Pagerwangi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai *Self-Efficacy* terhadap Intensi Technopreneursip.
2. Untuk Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Kreativitas terhadap Intensi Technopreneursip.
3. Untuk Mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Intensi Technopreneursip
4. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh *Self-Efficacy* dan Kreativitas yang dirasakan pelaku usaha Terhadap Intensi Technopreneursip Pada Sentra Kecimpring di Desa Pagerwangi. secara parsial dan silmultan

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan (teoritis) maupun bagi aspek guna laksana (praktis).

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi usaha-usaha kecil menengah dan mikro di Indonesia dalam memperbaiki manajemen pengelolaan perusahaan sehingga menerapkan *Self Efficacy* dan Kreativitas dalam usaha tersebut dan mempunyai suatu ciri khas yang luar biasa. Dengan pengelolaan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip *Self Efficacy* dan memperdalam Kreativitas, perusahaan

akan mengembangkan suatu yang berbeda baru dan mengelola usaha tersebut dengan baik dan tujuannya tercapai secara maksimal.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan kita semua mengenai pentingnya Pengaruh Self Efficacy dan Kreativitas terhadap Intensi Technopreneurship. Kemudian, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan Self Efficacy dan Kreativitas dalam usaha.

Adapun beberapa rincian kegunaan praktis dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Bagi pihak perusahaan, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan yang berguna untuk meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.
2. Bagi Penulis, seluruh rangkaian kegiatan dan hasil penelitian diharapkan dapat lebih memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang diharapkan dapat lebih memantapkan penguasaan fungsi keilmuan yang dipelajari selama mengikuti Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Adapun beberapa rincian kegunaan akademis dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian yang diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah pada Sentra Kecimpring di Desa Pagerwangi.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih enam bulan, mulai dari bulan September sampai dengan Maret 2019.

Tabel 1.6
Waktu Kegiatan Penelitian

Keterangan	September				Oktober				November				Desember				Maret			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■	■																
Pencarian Data					■	■														
Penulisan Laporan							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Sidang																		■	■	■