

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan wirausaha pada saat ini semakin hari semakin pesat. Dibuktikan dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik bahwa pada akhir 2016 wirausaha naik 1,65 persen, hingga akhir tahun 2017 mencapai lebih dari 3,1 persen. Menteri Koperasi dan UKM, AAGN Puspayoga mengatakan bahwa pertumbuhan wirausaha di Indonesia masih terbilang rendah bila dibandingkan dengan Negara tetangga misalnya Singapura yang telah mencapai 7 persen dan Malaysia 5 persen. Walaupun semakin hari semakin meningkat pertumbuhan wirausaha tetapi masih kurang untuk kebutuhan Negara Indonesia yang menginginkan berada minimal diangka 5 persen (<https://www.bps.go.id/>).

Menurut (Rizki dkk, 2018) di Indonesia, UKM menjadi bahan diskusi dan perhatian pemerintah karena tersebar di seluruh indonesia membuka lapangan kerja yang potensial. Mereka memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi Indonesia dengan berbagai cara, seperti menciptakan lapangan kerja, memperluas angkatan kerja untuk urbanisasi dan memberikan kebutuhan akan fleksibilitas serta inovasi ekonomi secara umum.

Selain itu, dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dijelaskan mengenai pengertian UMKM dan

kriterianya, yaitu Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana diatur dalam Undang-Undang ini (<https://peraturan.bpk.go.id/>). Menurut (Rizki & Lastri, 2018) Usaha kecil dan menengah mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara baik negara berkembang maupun negara maju. UMKM ini dipilih oleh para pengusaha karna dirasa dengan modal yang tidak besar tetapi dapat bertahan dalam krisis moneter. Ini dibuktikan pada tahun 1998 dimana perekonomian Indonesia terus mengalami kemerosotan tetapi para pelaku UMKM tetap bisa berjalan dan dapat dikatakan stabil. Maka Pemerintah membuat pelatihan-pelatihan dan bahkan memberikan modal secara cuma-cuma kepada pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan ini UMKM dapat tumbuh pesat karena

adanya campur tangan pemerintah, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa UMKM yang semakin banyak tidak dibarengi dengan kualitas dari UMKM itu sendiri. Ini yang menjadi permasalahan ketika UMKM semakin tumbuh tetapi kualitas tidak dibarengi, maka kesejahteraan yang diharapkan oleh pemerintah tidak sesuai dengan kenyataannya. Pemberian modal yang diberikan oleh pemerintah akan terbuang percuma karena modal yang diberikan tidak dimanfaatkan dengan baik.

Menurut (Rizki Zulfikar, 2018) mengemukakan bahwa “Keberadaan UKM (Usaha Kecil Menengah) saat ini dianggap telah mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan menjadi faktor kunci dalam mempromosikan sektor swasta perkembangan dan kemitraan di negara maju dan negara berkembang UKM membantu menciptakan lapangan kerja dan sedang sering dilihat sebagai faktor penting untuk pertumbuhan ekonomi yang dinamis dan inovasi. Bisnis ini juga membantu diversifikasi ekonomi kegiatan yang memiliki kontribusi besar untuk ekspor dan impor kegiatan. Kegiatan ekonomi ini fleksibel dan dapat beradaptasi cepat untuk perubahan permintaan pasar. Secara keseluruhan, UKM memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional”.

Pada saat ini para UMKM banyak yang tergabung dalam sebuah organisasi agar banyak mendapatkan relasi, berbagi pengetahuan mengenai wirausaha sampai mengharapkan untuk mendapatkan peminjaman modal usaha. Karena dengan tergabungnya seorang pengusaha di organisasi yang berhubungan dengan wirausahanya tentu akan memudahkan atau melancarkan usaha yang dijalaninya.

Salah satunya ialah organisasi Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI). HIPMI ialah organisasi independen non partisipan para pengusaha muda Indonesia yang bergerak di bidang perekonomian. Organisasi ini didirikan pada tanggal 10 Juni 1972 oleh para pengusaha pemula yang terdiri dari Drs. Abdul Latief, Ir. Ssiswono Yudo, Teuku Sjahrul, Datuk Hakim Thantawi, Badar Tando, Irawan Djajaatmadja,SH, Hari SJamsudin Mangan, Pontjo Sutowo dan Ir. Mahdi Diah. Organisasi ini dilandasi oleh semangat untuk menumbuhkan wirausaha di kalangan pemuda. Para pengusaha pada saat ini berlomba-lomba untuk masuk ke organisasi HIPMI karena banyak yang tertarik atas tokoh-tokoh yang berada di dalamnya seperti Presiden Indonesia yaitu Ir. Joko Widodo (periode 2019-2024) ia merupakan salah satu kader terbaik HIPMI. Maka para pengusaha banyak yang tertarik untuk bergabung di organisasi ini.

Selain itu HIPMI pada saat ini melebarkan organisasinya untuk para mahasiswa/i yang mempunyai usaha ataupun yang belum agar dapat bergabung di HIPMI. Dengan begitu HIPMI semakin dikenal oleh semua kalangan, tidak hanya pengusaha yang sudah besar, tetapi para calon pengusaha. Karena HIPMI menginginkan seseorang untuk menjadi pengusaha, tidak hanya berpikir untuk menjadi pekerja. Sesuai dengan misinya yaitu untuk menyemangati seluruh masyarakat Indonesia untuk lebih sadar akan menjadi pengusaha itu penting untuk kesejahteraan perekonomian dan untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut (Rizki Zulfikar & Jeffry) mengemukakan bahwa “Jumlah lapangan pekerjaan yang

semakin sedikit dan semakin banyaknya jumlah lulusan adalah penyebab tingkat pengangguran semakin tinggi, seharusnya dengan keadaan seperti itu dapat memotivasi angkatan-angkatan muda terdidik untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri, salah satunya adalah dengan cara membuat usaha baru atau berwirausaha. Lulusan Universitas diharapkan dapat memulai untuk memikirkan untuk memulai berwirausaha, dengan melihat keadaan masih banyak lulusan universitas masih sulit dalam mendapatkan pekerjaan. Berwirausaha dibutuhkan karena memberikan banyak dampak positif untuk kemajuan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran”. Dengan adanya pertumbuhan wirausaha akan meminimalisir pengangguran, bahkan akan menyerap tenaga kerja dengan adanya wirausaha baru. Maka HIPMI hadir untuk menjembatani masyarakat Indonesia untuk melatih dan belajar menjadi seorang pengusaha hingga sukses dari sejak saat ini. HIPMI tersebar di 34 provinsi di Indonesia, khususnya Jawa Barat yaitu di Kota Bandung. HIPMI terus berkembang dan masuk ke setiap perguruan tinggi, yang pada saat ini HIPMI sudah masuk ke 20 Perguruan Tinggi (HIPMI PT) di Kota Bandung dan akan terus bertambah agar Perguruan Tinggi di Indonesia khususnya Kota Bandung agar ketika sudah lulus tidak berpikir hanya sebagai pekerja saja, tetapi sudah siap untuk menjadi pengusaha.

Adapun jumlah anggota HIPMI PT Kota Bandung dari tahun 2017-2020 sebagai berikut :

Tabel 1. 1
Jumlah Anggota HIPMI PT Kota Bandung Tahun 2017-2020

Tahun	Jumlah Anggota HIPMI PT Kota Bandung
2017	197 Anggota
2018	258 Anggota
2019	301 Anggota
2020	411 Anggota

Sumber : Bidang 2 BANOM HIPMI PT Kota Bandung

Pada saat ini HIPMI PT Kota Bandung sedang terus menambah anggotanya agar mahasiswa/i dapat lebih mengenal dan mempunyai banyak pengalaman maupun relasi dalam segi wirausaha, maka tidak heran ketika setiap tahunnya volume anggota HIPMI PT Kota Bandung terus meningkat. Tetapi tidak menutup kemungkinan upaya yang di lakukan HIPMI tidak secara nyata dapat terlaksana seperti yang diharapkan yaitu untuk membentuk dan menciptakan pengusaha baru pada HIPMI PT. Karena semua itu dapat terlaksana ketika anggota yang masuk kedalam organisasinya siap berkomitmen untuk menjadi pengusaha sukses. Selain itu semakin bermunculan mahasiswa/i yang sudah tergabung dalam HIPMI PT dan sudah memiliki usaha tetapi belum memiliki sikap maupun kompetensi dalam berwirausaha. Sedangkan HIPMI

PT yang sudah terbentuk dan memiliki usaha belum terfasilitasi dengan adanya pelatihan-pelatihan wirausaha, bahkan belum adanya pemodalan yang diberikan HIPMI secara penuh dan berkelanjutan. Pengusaha baru yang berada di HIPMI PT kesulitan untuk mencapai keberhasilan usaha. Maka dibutuhkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tercapainya keberhasilan usaha pada HIPMI PT.

Seorang wirausaha yang sukses tentu harus memiliki sikap yang baik, dengan adanya sikap yang baik akan sangat berpengaruh terhadap usahanya. Sikap kewirausahaan merupakan faktor yang penting dalam usaha, sikap merupakan kesediaan mental yang relatif menetap untuk merespon suatu objek atau perangsang tertentu yang mempunyai arti baik bersifat positif, netral, atau negatif yang menyangkut aspek-aspek kognisi, afeksi, dan kecenderungan untuk bertindak, dan berfungsi juga untuk mengatur perilaku (Jayanthi, 2015). Tetapi pada kenyataannya wirausaha yang ada belum tentu sudah merealisasikan dengan baik sebagaimana seorang wirausaha yang mempunyai sikap yang akan menunjang usahanya. Pada kenyataannya seorang wirausaha belum menjadikan dirinya sebagai contoh untuk pegawainya ataupun rekan bisnisnya, hal ini yang menjadi permasalahan untuk keberhasilan usahanya. Karena dengan kurangnya sikap kewirausahaan yang belum cukup baik maka ini akan sangat berdampak besar terhadap usahanya.

Selain itu, para pelaku usaha pada saat ini banyak yang belum memanfaatkan peluang-peluang yang ada disekitarnya. Akan tetapi seorang wirausaha yang sukses

ialah yang dapat melihat peluang yang ada di sekitarnya dan mendapatkan keuntungan dari peluang tersebut menurut (Ahmad, Noor , & et, 2010).

Tidak hanya itu para pengusaha berlomba-lomba untuk menjadikan usahanya paling terbaik. Tetapi tidak menutup kemungkinan dengan begitu timbul persaingan yang cukup ketat. Maka para pengusaha harus dapat mengambil sikap misalnya seperti percaya diri, berani mengambil resiko dan selalu berorientasi ke masa depan. Dengan begitu seorang pengusaha yang cepat tanggap dalam mengambil sikap maka itu akan menjadi sesuatu yang cukup baik untuk mencapai kesuksesan menurut (Jayanthi, 2015).

Pada saat ini wirausaha muda menjadi seorang wirausaha hanya menjadi sebuah gaya hidup, yang mana ingin memperlihatkan ketertarikan akan wirausaha saja, tanpa berpikir apa saja faktor yang dapat menjadi pengusaha yang sukses.

Pada saat ini dengan sangat banyak wirausaha baru dari yang muda hingga yang sudah lama berada di dunia usaha. Ini sangat membuat suatu usaha kecil, menengah maupun usaha besar saling menunjukkan produktivitas yang cukup baik agar dapat tersimpan di hati konsumen. Maka dari itu seorang pengusaha harus memiliki kompetensi yang sangat baik agar dapat menunjang usahanya. Akan tetapi pada kenyataannya kompetensi yang ada tersebut tidak mudah untuk direalisasikan karena banyak wirausaha muda yang hanya berpacu pada keuntungan saja ataupun input yang didapatkan sehingga melupakan apa yang seharusnya seorang pengusaha

miliki yaitu kompetensi yang dapat menunjang dan mensukseskan usahanya. Wirausaha muda biasanya berpikir secara *instant* untuk mendapatkan kesuksesan tersebut. Tetapi pada kenyataannya keberhasilan suatu usaha itu dipengaruhi dari kompetensi yang dimiliki oleh seorang pengusahanya (Suryana, Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, 2014).

Wirausaha muda mempunyai banyak relasi ketika bergabung di HIPMI karena HIPMI sebagai wadah dimana wirausaha-wirausaha yang sukses berkumpul. Tetapi pada HIPMI PT belum dapat memanfaatkan relasi tersebut. Padahal koneksi yang diberikan HIPMI sudah cukup baik agar pengusaha muda nya dapat berkembang dan mencapai keberhasilan usahanya.

Selain itu para pelaku usaha juga membutuhkan kompetensi yang dapat menunjang seperti kompetens hubungan, kompetensi familisme, kompetensi peluang, kompetensi strategis, menurut (Cristine & Yuldinawati, ST.,M.M, 2019).

Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut (Wibowo, 2013). Sedangkan kompetensi wirausaha merupakan suatu adanya UKM di tuntut untuk memiliki kompetensi wirausaha agar dapat bertahan dan unggul dalam persaingan, adanya kompetensi wirausaha tersebut dapat dilihat dari kerja keras, semangat kerjasama, keinovatifan, keinginan untuk maju dan belajar, dan lainnya.

Keberhasilan usaha ditandai dengan volume penjualan, pendapatan, tenaga kerja, dan keuntungan yang terus meningkat (Suryana, Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, 2014). Tetapi pada kenyataannya untuk mencapai keberhasilan usaha tidak semudah itu, bahkan wirausaha muda yang berada di HIPMI PT kadang ada beberapa yang berganti-ganti bidang usaha misalnya dari usaha fashion menjadi usaha makanan. Karena itulah untuk mencapai keberhasilan usaha tidak mudah bagi wirausaha muda yang ada di HIPMI PT yang pada kenyataannya anggotanya masih berstatus mahasiswa/i yang fokusnya sangat terbagi-bagi, sehingga tidak bisa konsisten. Tetapi tidak menutup kemungkinan ada beberapa usaha yang sudah jauh melejit tinggi sampai lebih berfokus pada usahanya dibandingkan dengan studinya. Hal ini yang juga mengindikasikan wirausaha muda tidak mudah untuk mencapai keberhasilan usaha, yang pengukurannya melihat dari volume penjualan, volume pendapatan dan juga keuntungan yang didapatkan oleh usahanya.

Untuk mendukung fenomena yang terjadi pada HIPMI PT Kota Bandung, penulis melakukan survey awal kepada 20 responden pelaku usaha yang dipilih secara random. Hasil survey tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. 2

Survey Awal (X1) Sikap Kewirausahaan

Keterangan	Ya		Tidak	
Apakah anda yakin dan optimis dalam menjalankan	12	60 %	8	40 %

usaha ?				
Apakah anda berorientasi ke masa depan untuk usaha anda?	6	30 %	14	70 %
Apakah anda memiliki sifat kepemimpinan?	13	65 %	7	35 %
Apakah anda seseorang yang berani dalam mengambil resiko untuk usaha yang sedang anda jalani?	4	20 %	16	80 %

Sumber : Pelaku Usaha HIPMI PT Kota Bandung, 2020

Dari survey awal diatas diperoleh bahwa 70% pelaku usaha tidak selalu berorientasi ke masa depan. Hal ini mengindikasi bahwa para pelaku usaha tidak selalu melihat ataupun memprediksi tantangan dan kesempatan yang ada di masa depan dan berfokus pada keadaan usahanya saat in, selain itu seorang pengusaha tidak siap akan keadaan yang ada dimasa depan, dengan begitu akan kurang dalam mempersiapkan perencanaan yang baik untuk masa depan. Selain itu akan kurangnya antisipasi yang dibuat oleh seorang pengusahanya. Pelaku usaha juga tidak membuat gambaran keadaan pada masa depan untuk dipersiapkan pada saat ini. Dari survey awal diatas bahwa 80% pelaku usaha tidak berani dalam mengambil resiko. Hal ini mengindikasi bahwa pelaku usaha melakukan hal yang menurutnya aman untuk usahanya saja tidak tantangan yang ada didalam usahanya. Pelaku usaha hanya ingin mendapatkan keuntungan dalam usahanya saja tidak memikirkan resiko-resiko yang ada akan berpengaruh pada usahanya, selain itu pelaku usaha kurang mempersiapkan segala aktivitas yang dapat memunculkan resiko, pelaku usaha tidak berusaha untuk mencari pemecahan dari segala resiko yang akan dihadapi.

Dari fenomena diatas penulis melakukan survey awal dengan melakukan penyebaran kuisisioner secara *online* kepada 20 pelaku usaha pada HIPMI PT Kota Bandung mengenai Sikap Kewirausahaan.

Tabel 1. 3
Survey Awal (X2) Kompetensi Wirausaha

Keterangan	Ya		Tidak	
Apakah anda memiliki visi ketika pertama menjalankan usaha?	12	60 %	8	40 %
Apakah anda seseorang yang dapat melihat peluang yang ada disekitar anda ?	9	45 %	11	55 %
Apakah anda sudah memanfaatkan koneksi yang anda miliki?	4	20 %	16	80 %
Apakah anda mendapatkan dukungan secara penuh dari keluarga anda?	15	75%	5	25%

Sumber : Pelaku Usaha HIPMI PT Kota Bandung, 2020

Dari survey awal diatas diperoleh bahwa 55% pelaku usaha tidak melihat peluang yang ada disekitarnya. Hal ini mengindikasi bahwa pelaku usaha belum mampu melihat peluang yang ada disekitarnya, selain itu pelaku usaha belum bisa bertidak untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk mendukung usahanya. Pelaku usaha kurang mampu dalam membaca ataupun melihat situsi yang ada dilingkungan sekitarnya ataupun kondisi yang dialami pada saat ini maupun masa depan yang akan memberikan timbal balik yang baik. Dengan begitu peluang yang ada disekitar akan

menjadi terbuang begitu saja ketika tidak dimanfaatkan secara baik, hal ini dapat merugikan usahanya, karena akan berdampak pada transaksi yang ada pada usahanya ketika usaha tersebut tidak dapat melihat peluang yang dimiliki. Dari survey awal diatas diperoleh bahwa 80% belum memanfaatkan koneksi yang dimilikinya. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha belum dapat memanfaatkan koneksi atau hubungan yang dimiliki untuk direalisasikan pada usahanya, dengan begitu koneksi yang dimiliki akan menjadi tidak ada artinya ketika koneksi yang dimiliki tidak dimanfaatkan dengan baik hal itu disebabkan ketidaktahuan pelaku usaha mengenai cara untuk memanfaatkan atau menjalin hubungan dengan relasi yang dimiliki, selain itu juga didukung dengan kurang pengetahuan dalam menjalin suatu hubungan dengan sebuah relasi yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Dari fenomena diatas penulis melakukan survey awal dengan melakukan pembagian kuisioner secara *online* kepada 20 pelaku usaha di HIPMI PT Kota Bandung mengenai Kompetensi Wirausaha.

Tabel 1. 4
Survey Awal (Y) Keberhasilan Usaha

Keterangan	Ya		Tidak	
Apakah anda mengalami peningkatan dalam penjualan pada usaha anda?	5	25 %	15	75 %
Apakah anda mengalami peningkatan keuntungan dalam usaha anda?	11	55 %	9	45 %

Apakah anda mengalami peningkatan pendapatan pada usaha anda ?	8	40 %	12	60 %

Sumber : Pelaku Usaha HIPMI PT Kota Bandung, 2020

Berdasarkan survey awal diatas diperoleh bahwa 75% pelaku usaha tidak selalu mengalami peningkatan dalam penjualan usahanya. Hal ini mengindikasi bahwa pelaku usaha mengalami volume penjualan yang tidak selalu naik. Selain itu dikarenakan pelaku usaha kurang dalam melakukan inovasi, memperluas pasar, dan keterbatasan sumber modal yang ada. Didukung pula dengan kurangnya menjalin kerja sama dengan pelaku usaha lain, kurangnya membuka kesempatan pelaku usaha lain untuk ikut berkolaborasi dengan usahanya karena tetap percaya diri bahwa usahanya akan terus maju walaupun tanpa adanya campur tangan pelaku usaha lain. Dari survey awal diatas diperoleh 60% tidak selalu mengalami peningkatan pendapatan pada usahanya. Hal ini mengindikasi bahwa pendapatan para pelaku usahanya tidak selalu meningkat melainkan tidak menentu naik maupun turunnya, ditentukan juga dengan adanya penurunan atau peningkatan dari jumlah pelanggan ataupun jumlah transaksi, selain itu kurangnya wawasan ataupun kemampuan yang dimiliki pelaku usaha untuk mendukung peningkatan pendapatan seperti kurangnya cepat tanggap dalam melihat peluang, kurang memanfaatkan relasi yang dimiliki dan kurang menyadari akan lingkungan yang selalu berubah yang akan berdampak pada usahanya para pelaku usaha masih beranggapan bahwa hal yang dilakukan pada masa

lalu dan saat ini masih pada situasi dan kondisi yang sama ini yang dapat berdampak pada peningkatan penjualan karena kurangnya pengetahuan akan lingkungan.

Dalam (<https://m.liputan6.com>)⁶ kesalahan yang sering membuat bisnis gagal ditengah jalan ialah, *pertama* ingin kaya dengan cepat sedangkan membangun bisnis harus dengan ketekunan serta membesarkan bisnis karena tidak ada kekayaan dengan instan. *Kedua*, tidak awas dalam persaingan, persaingan sellu ada maka harus memberikan diferensiasi dan keunikan yang tiada bandingan, dan tidak lengah dalam potensial pesaing. *Ketiga* , memasang target yang tidak realistis, memiliki target sangatlah penting dalam menentukan arah tujuan spesifik namun ketika target yang tidak realistis akan sangat menyulitkan dalam suksesnya bisnis. *Keempat*, tujuan bisnis terlalu dangkal, memiliki tujuan yang lebih dalam dari sekedar mendapatkan uang dari bisnis. Karena dimulai dengan visi yang luhur, misalnya membuka lapangan pekerjaan yang lebih luas bagi orang yang membutuhkan. *Kelima*, menjual terlalu murah, harga barang atau jasa yang terlalu murah tidak selalu mendatangkan penjualan lebih banyak karena pembeli di media sosial lebih selektif dalam memilih kualitas dan layanan yang didapatkan sepadan. *Keenam*, mudah frustasi, memiliki bisnis sendiri berarti siap menghadapi resiko dan kondisi ketidakpastian, berbeda halnya ketika bekerja sebagai pegawai.

Dari latar belakang tersebut penulis mengambil judul **“Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada**

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung (HIPMI PT Kota Bandung) “.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan wirausaha yang semakin meningkat yang dibuktikan dengan adanya data dari badan pusat statistika yang mengemukakan bahwa adanya peningkatan wirausaha menjadi 3,1% yang tentunya akan menjadi persaingan antara pengusaha, apalagi jika dibandingkan dengan pengusaha muda ataupun pengusaha pemula tentu akan bersaing dengan pengusaha yang sudah besar maka akan memperebutkan posisi calon konsumen.
2. Kurangnya keberanian dalam mengambil resiko ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan, wawasan akan usaha yang dijalani selalu mengalami resiko-resiko yang tidak terduga.
3. Tidak berorientasi ke masa depan disebabkan karena kurangnya pengalaman ataupun pengetahuan yang dapat memberi informasi keadaan pada masa depan yang tidak terduga.

4. Kurang memanfaatkan koneksi yang dimiliki ini disebabkan karena kurang memperdalam informasi akan usaha yang dijalani, selain itu karena kurangnya menjalin hubungan dengan relasi yang dimiliki.
5. Kurang memanfaatkan peluang yang ada disebabkan karena pelaku usaha kurang sadar akan lingkungan ataupun keadaan yang ada pada saat ini untuk dijadikan peluang, ataupun pelaku usaha tidak membuka lebar peluang yang ada melainkan pelaku usaha menutup diri usahanya.
6. Tidak selalu mengalami kenaikan dalam volume penjualan dan pendapatan biasanya disebabkan karena kurangnya jumlah pelanggan ataupun transaksi setiap harinya, yang dapat menyebabkan tidak selalu mengalami kenaikan dalam volume penjualan maupun pendapatan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai sikap kewirausahaan pada HIPMI PT Kota Bandung ?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai kompetensi wirausaha pada HIPMI PT Kota Bandung ?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai keberhasilan usaha pada HIPMI PT Kota Bandung ?
4. Seberapa besar pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha secara simultan dan parsial pada HIPMI PT Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana cara untuk mencapai keberhasilan usaha di HIPMI PT Kota Bandung sehingga dapat dikatakan berhasil, bagi kepentingan penelitian yang berfungsi sebagai bahan analisis yang akan dipakai dalam kegiatan penelitian penulis, untuk menentukan hasil akhir dari pemecah masalah.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Sikap Kewirausahaan pada HIPMI PT Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kompetensi Wirausaha pada HIPMI PT Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada HIPMI PT Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha terhadap keberhasilan usaha secara simultan dan parsial pada HIPMI PT Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan penulis diharapkan mempunyai 2 (dua) kegunaan utama, yaitu (1) Kegunaan Praktis dan (2) Kegunaan Akademis. Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

1. Kegunaan Praktis

Adapun penulis mengharapkan dari hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

Bagi Perusahaan :

Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan sikap kewirausahaan, kompetensi wirausaha, dan keberhasilan usaha.

2. Kegunaan Akademis

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai sikap kewirausahaan, kompetensi wirausaha, dan keberhasilan usaha. Melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

