

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

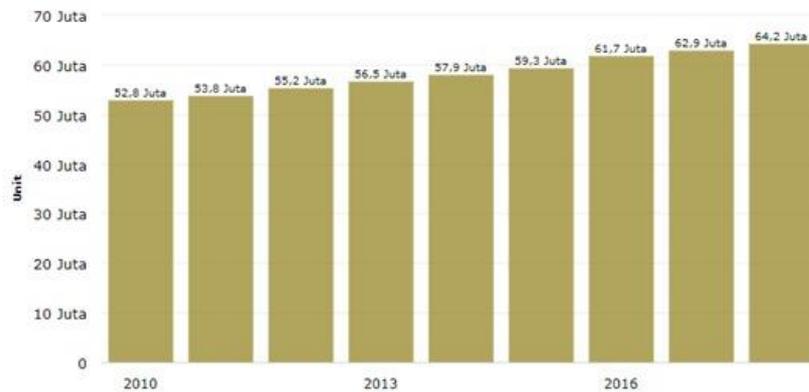
Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan topik yang tetap menarik untuk dibahas, banyak peneliti yang telah melakukan kajian untuk membahas berbagai jenis usaha di berbagai belahan dunia, baik segi keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan operasionalnya. Salah satu hal yang diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia adalah di bidang ekonomi. Dengan ketahanan ekonomi yang kuat, negara mampu memenuhi kebutuhan hidup warga negaranya secara merata untuk kesejahteraan masyarakatnya.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut kutipan dari isi UU 20/2008, UMKM 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. Sebagian besar negara tidak memungkiri bahwa UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap PDB dan aktivitas ekonomi Negeranya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi perhatian bagi para ilmuan dan praktisi sebagai upaya meningkatkan daya saing dan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi.

Berbeda dengan perusahaan yang lebih besar, UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dan oleh karenanya memerlukan kajian yang lebih mendalam.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2016, terdapat sekitar 57,8 juta pelaku UMKM di Indonesia yang diperkirakan setiap tahunnya akan bertambah. UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000. tidak termasuk tanah dan bangunan atau hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000. Kriteria usaha kecil memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000. sampai dengan Rp.300.000.000. tidak termasuk tanah dan bangunan atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000. Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasal 7 ayat 1 (satu) menyebutkan bahwa pemerintah daerah dipersilahkan untuk membuat sebuah kebijakan atau peraturan yang sesuai aspek yang dijelaskan pada Pasal 7 tersebut sesuai iklim usaha di daerah.

Berikut jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik :



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) , 2020

### **Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia**

Pemerintah di Indonesia sedang fokus dalam mendorong pertumbuhan UMKM agar dapat terus tumbuh sehingga dapat membantu menampung banyak tenaga kerja serta diharapkan secara perlahan dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Jumlah UMKM terlihat lebih besar dibandingkan dengan usaha besar atau industri besar. Sehingga krisis global tidak berdampak terhadap UMKM. UMKM di Kota Bandung juga memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Bandung.

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. 8.560.783,48 Juta pada tahun 2012. Sedangkan dalam kegiatan ekonomi salah satunya memperbaiki masalah tenaga kerja sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

**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

Terdapat banyak sentra industri yang terdaftar di Indonesia khususnya di kabupaten Bandung. Sentra industri di Kota Bandung merupakan sentra industri yang cukup maju dan berkembang yang dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak. Seperti yang terdapat pada Dinas Koperasi UKM & Perindustrian Perdagangan Kota Bandung menyebutkan bahwa sentra berpotensi yang terdaftar adalah sebagai berikut :

**Tabel 1.2****Sentra Industri Kota Bandung**

No	Nama Sentra Industri	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)
1	Rajut Binongjati	2143
2	Rajut Margasari	103
3	Pakaian Bayi Hantap	65
4	Pakaian Anak Pagarsih	186
5	Tas Kebonlega	472
6	Jeans Cihampelas	352
7	Pakaian Jadi Cigondewah	116
8	Produk Textile Cigondewah	567
9	Sepatu Cibaduyut	3008
10	Sablon Kaos Suci	2721
11	Telur Asin Derwati	49
12	Ikan Pindang Cijaura	38
13	Opak Cigondewah	30
14	Roti Kopo	115
15	Tahu Cibuntu	1518

16	Tempe dan Oncom Situsaur	98
17	Gorengan Tempe Leuwipanjang	143
18	Kerupuk Palembang Madesa	219
19	Boneka Warung Muncang	175
20	Boneka Sukamulya	212
21	Knalpot Sadakeling	47
22	Suku Cadang Kiaracandong	301
23	Oven Cimindi	21
24	Sikat dan Sapu Cibiru	42
25	Kasur Cigondewah	65
26	Peralatan Dapur Warung Muncang	47
27	Percetakan Pagarsih	68
28	Bengkel Las & Bubut Jl. Bogor	210
29	Las Ketok Karasak	95
30	Kusen Astana Anyar	56

*Sumber: Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung*

Salah satunya adalah sentra industri di Kota Bandung, yang dimana sentra industri tersebut cukup maju dan dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak. Kota Bandung merupakan kota yang memiliki jumlah penduduk terbanyak setelah Jakarta yaitu 2,5 juta jiwa sebagai pasar potensial. Kegiatan ekonomi kreatif Bandung bertumpu pada kegiatan yang berkaitan dengan desain, fashion, desain grafis dan media digital yang menjadi sektor teratas dalam kegiatan ekonomi kreatif lokal, sehingga masa depan industri kreatif di Kota Bandung sangat menjanjikan dan dapat menjadi sumber ekonomi dengan nilai yang tinggi.

Di Kota Bandung terdapat enam belas subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi terhadap perekonomian Kota Bandung sesuai dengan Peraturan Presiden No.72 Tahun 2015

Perubahan atas Peraturan Presiden No.6 tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Berikut data kontribusi sektor industri kreatif di Kota Bandung :

**Tabel 1.3**

**Kontribusi SubSektor Industri Kreatif Kota Bandung pada tahun 2018**

No	Industri Kreatif	Kontribusi pada PDB	Persentase
1	Fashion	Rp. 709.523.063.000	39,14%
2	Kuliner	Rp. 480.720.793.000	26,52%
3	Kerajinan	Rp. 215.006.989.000	11,86%
4	Periklanan	Rp. 120. 180.198.000	6,63%
5	Desain	Rp. 117.448.830.000	6,48%
6	Arsitektur	Rp. 54.627.363.000	3,01%
7	Percetakan & Penerbitan	Rp. 44.345.191.000	2,45%
8	Musik	Rp. 13.437.937.000	0,74%
9	TV	Rp. 13.437.937.000	0,74%
10	Fotografi	Rp. 13.437.937.000	0,74%
11	Pasar dan Barang seni	Rp. 10.925.472.000	0,60%
12	Layanan Komputer dan perangkat lunak	Rp. 6.718.968.000	0,37%
13	Riset dan Development	Rp 5.375.175.000	0,30%
14	Permainan Interaktif	Rp. 3.359.484.000	0,19%
15	Seni pertunjukan	Rp. 2.821.967.000	0,16%
16	Film dan video	Rp. 1.343.794.000	0,07%
	<b>Total</b>	<b>Rp. 1.812.711.098.000</b>	<b>100%</b>

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Parawisata Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.2 subsektor yang memberikan kontribusi terbesar pada perekonomian Kota Bandung dan dikatakan mendominasi seluruh subsektor apabila kontribusinya sebesar 10%. Industri penerbitan dan percetakan masih kalah dengan industri lainnya seperti fashion, kerajinan, kuliner, periklanan, desain, dan arsitektur karena presentase kontribusinya masih dibawah 10%. Industri Percetakan

dan penerbitan dapat memberikan kontribusi besar pada perekonomian apabila dapat memanfaatkannya peluang yang ada dilihat dari Kota Bandung yang memiliki banyak perusahaan-perusahaan, tempat wisata, restoran serta cafe yang secara tidak langsung dapat memberikan kontribusi yang besar dalam hal media promosi dan media iklan untuk mengenalkan sebuah produk ataupun jasa sehingga situasi tersebut sangat tepat untuk dijadikan peluang bisnis untuk memperoleh laba usaha yang besar dengan memenangkan pangsa pasar di bidang industri penerbitan dan percetakan.

Salah satu sentra industri di Kota Bandung yang berada diluar potensi yaitu Sentra Percetakan Pagarsih Bandung. Termasuk dalam usaha kreatif, Sentra Percetakan Pagarsih Bandung fokus dalam jasa percetakan dengan berbagai macam produk seperti undangan pernikahan, souvenir, buku yasin, hand bag, banner atau spanduk, poster, flyer, selebaran dan lain-lain. Usaha percetakan ini mampu menghasilkan produksi per tahunnya sebanyak 11.900 Rim dengan nilai investasi sebesar Rp.1,485 Miliar.

Namun setelah melakukan survey ketempat Sentra Percetakan Pagarsih Bandung dan berdasarkan data yang tercatat bahwa pengusaha yang mendirikan usaha percetakan sebesar 168 pengusaha. Mengalami penurunan baik dikarenakan pindah toko maupun berpindah usaha yang lain. Jika dilihat lebih jelas proses produksi disana yang sibuk, padat dan banyak, diketahui bahwa proses produksi Sentra Percetakan Pagarsih Bandung sangatlah aktif. Pada tahun 2012, Sentra Percetakan Pagarsih telah masuk ke dalam website resmi 30 sentra industri di Bandung oleh Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota

Bandung. Meskipun usaha tersebut turun temurun tetapi banyak yang mendirikan usahanya dari nol. Hal ini menjelaskan bahwa berwirausaha dapat berjalan dengan keyakinan dan komitmen yang dimiliki oleh seseorang dalam mengembangkan usahanya. Juga memiliki motivasi yang membangun agar dapat terus mengembangkan usaha lebih luas dan besar lagi juga mampu mengambil resiko atas apa yang telah dijalankan.

Dari penjelasan diatas penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada 20 pelaku usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Kota Bandung dengan hasil berikut :

**Tabel 1.4**  
**Survey awal Tanggapan Pelaku usaha terhadap Self Efficacy**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1	Apakah anda yakin untuk mendapatkan laba yang tinggi ?	4 20%	16 80%
2	Apakah saat ini anda memiliki kepercayaan diri untuk bisa sukses dengan usaha yang anda jalankan?	7 35%	13 65%
3	Apakah anda yakin dapat mengembangkan usaha pada saat ini ?	5 40%	15 60%

*Sumber : Pelaku Usaha Sentra Percetakan Pagarsih Bandung*

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung, mengenai *Self Efficacy* pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung adalah responden menyatakan bahwa 65% para pelaku usaha tidak memiliki kepercayaan diri untuk sukses dengan usaha yang dijalankannya pada saat ini. Dikarenakan persaingan yang tinggi mengakibatkan para pelaku usaha sulit untuk memasarkan produk dengan usaha yang sama,

kesulitan mencapai target yang dicapai, keraguan akan kemampuan dirinya sendiri dan keraguan untuk bisa sukses tanpa adanya modal yang cukup. Tetapi sebesar 80% responden juga menyatakan bahwa mereka tidak yakin untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang tinggi dan 60% para pelaku usaha juga merasa tidak yakin dapat mengembangkan usahanya pada saat ini. Hal ini menyebabkan usaha yang di jalankan menjadi terhambat pada kegiatan usahanya dikarenakan para pelaku usaha kesulitan untuk mendapatkan bahan baku, dana operasional yang tidak mencukupi, kesulitan mendistribusikan produk dan kurangnya mempromosikan atau menawarkan produk sehingga mengakibatkan sulitnya mendapatkan keuntungan yang tinggi.

Selain *self efficacy*, faktor lain yang mempengaruhi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya adalah Motivasi Usaha, yaitu kekuatan dan semangat yang membangun seorang pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya. Dari penjelasan tersebut penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuesioner kepada 20 pelaku usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Survey awal Tanggapan Pelaku usaha terhadap Motivasi Usaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
4	Apakah anda memiliki ide baru dalam menjalankan usaha?	14 70%	6 30%
5	Apakah anda bisa memanfaatkan peluang atau kesempatan yang ada?	5 40%	15 60%
6	Apakah anda melakukan pekerjaan untuk mendapatkan pendapatan lebih pada usaha yang dilakukan ?	10 50%	10 50%

*Sumber : Pelaku Usaha Sentra Percetakan Pagarsih Bandung*

Berdasarkan tabel survey awal kepada responden mengenai Motivasi Usaha di Sentra Percetakan Pagarsih Bandung, 70% responden menanggapi bahwa mereka tidak dapat memanfaatkan peluang atau kesempatan yang ada pada saat ini. Hal ini tentu akan membuat usaha yang dijalankan cukup sulit berkembang dikarenakan para pelaku usaha tidak mengetahui target pasar dan para pelaku usaha masih kurang memanfaatkan teknologi, informasi dan jaringan internet yang ada. Namun selain hal tersebut yang menyebabkan menghambatnya usaha yang dijalankan oleh para pelaku usaha yaitu pandemi yang terjadi pada saat ini, sehingga peluang yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat meningkatkan keuntungan yang dimiliki para pelaku usaha tidak dapat dimanfaatkan dengan baik oleh usaha mereka.

Dalam pernyataan tersebut menerangkan bahwa motivasi dalam mengembangkan suatu usaha sangat dibutuhkan guna agar dapat bersaing dengan pengusaha lain dan dapat mencapai suatu keberhasilan dengan berlandaskan

keyakinan dan semangat untuk mau maju dan berhasil dimasa yang akan datang. Motivasi akan timbul ketika mereka rajin mencari informasi mengenai bagaimana berwirausaha.

**Tabel 1.6**

**Survey awal Tanggapan Pelaku Usaha terhadap Keberhasilan Usaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Iya	Tidak
7	Apakah anda yakin bahwa jumlah penjualan dapat mengalami peningkatan ditengah <i>pandemic</i> Covid-19 ?	3 15%	17 85%
8	Apakah anda yakin hasil produksi dapat memenuhi permintaan pasar ditengah <i>pandemic</i> Covid-19?	4 20%	16 80%
9	Apakah anda mengalami kenaikan omzet penjualan pada saat ini?	2 10%	18 90%
10	Apakah pelanggan semakin bertambah pada saat ini?	2 10%	18 90%
11	Apakah anda akan melakukan membuka cabang untuk perluasan usaha ?	5 25%	15 75%

Sumber : Pelaku Usaha Sentra Percetakan Pagarsih Bandung

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung, mengenai keberhasilan usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung adalah responden menyatakan bahwa mereka akan membuka cabang untuk melakukan perluasan usaha. Hal ini sesuai dengan salah satu faktor dari keberhasilan bisnis yaitu kemauan, para pelaku usaha telah memiliki kemauan untuk mengembangkan usaha yang mereka jalankan, hal ini sangatlah bagus untuk dilakukan karena dapat membuat usaha yang dijalankan berkembang. Dengan membuka cabang baru atau perluasan bisnis maka para

pelaku usaha akan dapat memiliki unit usaha baru dan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

Tetapi kemudian 90% responden juga menyatakan bahwa mereka tidak mengalami kenaikan omzet pada usaha yang mereka jalankan dikarenakan adanya *pandemic* Covid-19 saat ini. Hal ini menyebabkan keuntungan yang didapatkan sangatlah rendah ataupun tidak ada sama sekali yang diakibatkan dengan adanya *pandemic* Covid-19 saat ini. *Pandemic* Covid-19 ini sangat berpengaruh pada usaha yang di jalankan saat ini, situasi saat ini memungkinkan para pelaku usaha yang menjalankan usahanya untuk menutup sementara usahanya tersebut dalam kurun waktu yang tidak ditentukan dan menyebabkan usaha tersebut mengalami penurunan omzet yang didapatkan. Meskipun usaha tetap berjalan tetapi kondisi pada saat ini akan sangat mempersulit usaha mereka. Kemudian responden juga menyatakan bahwa tidak adanya penambahan pada jumlah pelanggan pada saat *pandemic* Covid-19 ini, hal ini menyebabkan keuntungan yang di dapatkan akan berkurang cukup banyak.

Banyak faktor yang bisa dapat mempengaruhi suatu Keberhasilan Usaha salah satunya adalah pelaku usaha itu sendiri diantaranya efikasi diri pada para pelaku usaha di Sentra Percetakan Pagarsih Bandung dikarenakan para pelaku usaha merasa kurang percaya diri dalam mengembangkan usahanya tersebut, motivasi yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap dirinya sendiri merasa kurang dalam mengambil keuntungan dari peluang atau kesempatan yang telah ada, para pelaku usaha juga tidak memiliki keberanian dalam menghadapi resiko yang akan diterimanya dan masih kurangnya tercipta ide ide kreatif lainnya sehingga

menyebabkan para pelaku usaha mengalami penurunan omzet. Permasalahan lain yang dihadapi para pelaku usaha adalah persaingan yang ketat, lingkungan, sistem informasi global dan lainnya.

Berdasarkan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan yaitu *self efficacy* dan motivasi usaha yang dimiliki pelaku usaha tidak sepenuhnya ada dalam pengaplikasian proses untuk mengembangkan usaha ini agar bisa terus berkembang dan maju, maka penulis bermaksud untuk membuat penelitian mengenai **“Pengaruh *Self Efficacy* dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan pada latar belakang penelitian yang berkaitan dengan *self efficacy* dan motivasi terhadap keberhasilan usaha, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas :

1. Kurangnya kepercayaan diri untuk bisa sukses dengan usaha yang dijalankan pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Kurangnya keyakinan para pelaku usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung dalam mengembangkan usahanya.
3. Masih kurangnya ide kreatif usaha para pelaku usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Rendahnya jumlah omzet yang didapat oleh para pelaku usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung
5. Rendahnya perkembangan usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis kemukakan, penulis memutuskan beberapa hal yang akan penulis angkat menjadi pokok permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana Tanggapan responden mengenai *Self Efficacy* pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Bagaimana Tanggapan responden Motivasi Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Bagaimana Tanggapan responden Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Seberapa besar Pengaruh *Self efficacy* dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung secara parsial dan simultan.

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Pengaruh *Self Efficacy* dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai *Self Efficacy* pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Motivasi Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Untuk menganalisis bagaimana tanggapan responden mengenai Pengaruh *Self efficacy* dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung secara parsial dan simultan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pihak Pelaku Usaha Percetakan Pagarsih Bandung atau bahan analisis dalam mengetahui Pengaruh *Self efficacy* dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai *Self Efficacy* dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung

sebagai perilaku yang nyata dengan menerapkan teori-teori yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisa suatu masalah dan berpikir sistematis.

## 2. Bagi Perusahaan

- a. Agar pelaku usaha mengetahui bahwa efikasi diri yang tinggi baik bagi setiap pemilik perusahaan
- b. Agar pelaku usaha dapat mengetahui motivasi usaha sangat dibutuhkan oleh setiap pengusaha
- c. Agar pelaku usaha mengetahui penyebab tingkat keberhasilan usaha yang menurun setiap tahunnya.
- d. Agar pelaku usaha dapat mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan *self efficacy* dan motivasi usaha pada setiap pekerjaan yang dilakukan
- e. Agar pelaku usaha memahami dan melakukan perbaikan dalam mencapai tujuan yang diinginkan

## 3. Bagi Pihak Lain

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai *self efficacy* dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha.

## **1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penulis melakukan penelitian pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung, Jln Pagarsih No. 97, Kecamatan Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40241

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian pada waktu sebagai berikut

**Tabel 1.7**  
**Waktu Penelitian**

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■	■																						
2	Melakukan Penelitian			■																					
3	Mencari Data				■																				
4	Membuat Proposal					■	■	■	■	■															
5	Seminar Usulan Penelitian										■														
6	Revisi											■	■	■											
7	Penelitian Lapangan														■	■	■	■							
8	Bimbingan																		■	■	■				
9	Sidang Akhir																					■	■	■	■