

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dengan semakin majunya zaman dengan diiringi pertumbuhan penduduk secara global memaksa setiap orang-orang berusaha bertahan hidup dengan menggantungkan melalui bisnis baik berupa perusahaan yang skalanya besar atau yang lebih kecil. Maka dari itu setiap perusahaan dituntut dan dihadapkan dengan ancaman-ancaman dari luar negeri ataupun dalam negeri. Sehingga perusahaan berlomba-lomba untuk dapat mengetahui dan mengerti apa yang terjadi dilapangan dan seperti apa keinginan para konsumen dan ditambah perusahaan harus mengetahui seperti apa kondisi yang terjadi dalam lingkup bisnisnya, sudah seharusnya perusahaan-perusahaan tersebut dapat mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki yang akhirnya akan menjadikan perusahaan tersebut bisa *survive* dan bersaing dengan strategi-strategi yang dimilikinya.

Untuk dapat mengikuti persaingan bisnis yang sedang berkembang dari waktu ke waktu, banyak para pelaku usaha di Indonesia mencari kesempatan dan menjalankan kegiatan usahanya dengan membuat sebuah usaha dengan skala kecil dan menengah atau biasa dikenal dengan istilah Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Di Indonesia sendiri banyak sentra-sentra UMKM yang tumbuh dengan berbagai produk atau jasa yang dibuat dan didaftarkan kepada konsumen. Terutama di Wilayah Kota Bandung banyak para pelaku usaha yang meminati dan menggantungkan hidupnya dengan berwirausaha membuka gerai UMKM karena

dapat membuat hasil karya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan dapat menciptakan suatu nilai yang dibuat. Tetapi dengan adanya pesaing-pesaing merupakan suatu tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha yang akan menjalankan bisnisnya karena sama-sama ingin mendapatkan tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung banyak sentra yang berkembang setiap tahunnya. Berikut data sentra - sentra UMKM yang tersebar didaerah Kota Bandung yang terdaftar .

Tabel 1.1
Data Sentra UMKM di Sekitar Bandung

No	Sentra	Jumlah UKM
1	Tahu Cibuntu	408
2	Rajut Binong Jati	250
3	Sepatu Cibaduyut	577
4	Tas Kebon Lega	53
5	Peralatan Dapur Warung Muncang	40
6	Pakaian Anak Pagarsih	32
7	Boneka Warung Muncang	30
8	Logan Kebon Waru (Las Bubut)	72
9	TPT Cigondewah	313
10	Sparepart Kebon Jayati	69
11	Boneka Sukamulya	17
12	Kasur Cigondewah	24
13	Roti Kopo	13
14	Oven Cimindi	7
15	Opak Cigondewah	8
16	Gorengan Tempe Leuwi Panjang	31
17	Perdagangan Jeans Cihampelas	59
18	Konveksi Cigondewah	43
19	Kerupuk Palembang Sukaasih	12
20	Sikat Cibiru	9
21	Rajut Margasari	13
22	Las Ketok dan Bengkel Karasak	21
23	Kusen Astana Anyar	15
24	Percetakan Pagarsih	21
25	Pakaian Anak/ Bayi Hatap	23
26	Knalpot Sadakeling	13

27	Pindang Ikan Cijaura	15
28	Tempe dan Oncom Situsaeur	19
29	Telor Asin Derwati	10
30	Kaos Sablon Surapati	409

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung

Sebagai salah satu kota terpadat di Indonesia, Kota Bandung memiliki banyak sentra, diantaranya produk pembuatan boneka karena pada dasarnya Kota Bandung merupakan kota dimana menjadi magnet parawisatawan untuk berbelanja segala aksesoris, selain dari harga yang murah tentunya juga berkualitas.

Salah satu tempat yang banyak menghasilkan aksesoris produk boneka yang murah adalah sentra boneka yang berada di Kota Bandung ialah bertempat di daerah Warung Muncang, Bandung Kulon. Sentra boneka yang telah ada sejak 1994 dan banyak memproduksi dan menjual di rumah tersebut menawarkan pembelian langsung ditempat dengan harga yang murah baik satuan maupun paketan. Sentra ini sampai sekarang masih bertahan dan juga masih banyak didatangi oleh para pelanggan yang ingin membeli produk boneka baik itu penduduk lokal ataupun para wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Bandung. Walaupun banyak pesaing toko boneka yang menjajalnya dengan konsep yang lebih modern dan memiliki tempat yang strategis tetapi para pelaku usaha di Sentra Boneka Warung Muncang ini masih bisa bersaing.

Dengan memanfaatkan limbah kain yang tidak terpakai para pelaku usaha sentra ini mengolah menjadi produk boneka yang berkualitas. Para produsen boneka Warung Muncang ini mampu menghasilkan boneka sebanyak 80 sampai 100 buah perharinya. Dengan intensitas kinerjanya yang terus teratur dapat

dikatakan Sentra Boneka Warung Muncang merupakan sentra yang memiliki cukup banyak pelanggan yang selalu mememesannya.

Kinerja usaha menjadi bagian faktor penting yang mempengaruhi stabilnya produktivitas pembuatan boneka di Sentra Boneka Warung Muncang. Kinerja usaha merupakan suatu tampilan sudah sejauh mana perusahaan mencapai hasilnya dengan tugas yang sudah dijalankan dengan keadaan secara utuh terhadap perusahaan dalam periode waktu tertentu, dengan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dan sejalan dengan memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki menuju kompleksitas organisasi.(Helfert dalam Veithzal dan Ponco,2017).

Terlebih lagi bagi para pelaku usaha UMKM Sentra Boneka Warung Muncang yang bergerak dibidang jasa dan memproduksi boneka, maka perusahaan harus bisa membuat terobosan mengenai produk yang dijual dengan menyesuaikan zaman serta melayani pelanggan dan meningkatkan kinerja serta membuat kualitas organisasi usahanya lebih baik lagi agar dapat bersaing dengan para wirausahawan yang lainnya, Semua upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja dalam usaha merupakan suatu hasil yang digunakan seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikannya dan didasarkan dalam kecakapan, pengalaman, kesungguhan kerja dengan melihat dari hasil kegiatan perusahaan.

Berikut data survey awal kepada 30 responden pelaku usaha di Sentra Boneka Warung Muncang mengenai Kinerja Usaha:

Tabel 1.2
Survey Awal Mengenai Variabel Kinerja Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah para pelaku usaha merasa sudah baik dengan kualitas kerja yang dijalankannya ?	20 (33,33%)	10 (66,67%)
2	Apakah para pelaku usaha mendapatkan omzet yang sesuai ?	17 (56,67%)	13 (43,33%)
3	Apakah para pelaku usaha dapat menyelesaikan produksinya dalam waktu yang ditarget apabila ada pesanan ?	16 (53,33%)	14 (46,67%)
4	Apakah para pelaku usaha sudah memaksimalkan teknologi (media sosial) dalam penjualannya ?	7 (23,33%)	23 (76,67%)
5	Apakah para pelaku usaha masih dibantu jasa tambahan selain karyawan saat memproduksi ?	19 (63,33%)	11 (26,67%)
6	Apakah para pelaku usaha sudah siap menanggung resiko dalam usahanya ?	24 (80%)	6 (20%)

Sumber : Pra penelitian pada Sentra Boneka Warung Muncang.

Dilihat dari hasil survey awal mengenai variabel kinerja usaha pada point 4 dengan persentase 23,33% menjawab ‘Ya’ dan 76,67% menjawab ‘Tidak’, para pelaku usaha di sentra ini belum sepenuhnya memaksimalkan sumber daya yang dimiliki terutama teknologi berupa media sosial untuk bisa memperluas jangkauan pemasarannya dikarenakan belum memahami bagaimana cara mengoperasikan aplikasi yang dibutuhkan serta minat untuk belajar masih kurang. Ditambah pada point 5 dengan persentase 63,33% menjawab ‘Ya’ dan 26,67% menjawab ‘Tidak’, tidak semua proses produksi boneka dibuat dengan sendiri, tetapi masih menggunakan jasa tambahan ketika menjahit bagian bentuk karakter boneka dengan alasan waktu yang dibutuhkan lebih cepat dan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha yang dilakukan para pelaku UMKM Sentra Boneka Warung

Muncang ini belum berhasil pada sebagian indikatornya. Fenomena ini menyadarkan para pelaku usaha untuk dapat mencari terobosan gagasan kreasi yang baru guna mendapatkan pangsa pasar yang lebih banyak. Aspek penting untuk bisa memenangkan persaingan terletak pada kapabilitas perusahaan agar dapat membuat sesuatu yang baru.

Kreativitas wirausaha merupakan kunci penting para pelaku usaha untuk sarana mengembangkan usahanya dan untuk mempertahankan persaingan dibarengi keterampilan dari individu. Adanya kreativitas wirausaha sudah seharusnya menjadi formula tambahan baru dengan produk yang sejenis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas kinerjanya. Pernyataan ini didukung Drazin dalam Humera (2016) dengan penjabaran bahwa kreativitas diadaptasi oleh individu untuk melakukan produksi dengan menghasilkan ide-ide baru sembari melihat situasi. Sehingga akan memaksimalkan kemampuan kinerjanya, pengetahuan keterampilannya dalam upaya menghasilkan nilai kreatif yang baru.

Pada umumnya, sebagian besar pelanggan akan membeli boneka yang memiliki nilai lebih. Di Sentra Boneka Warung Muncang ini untuk dapat terus berkembang kedepannya diperlukan ide-ide baru dan harus berani mengambil terobosan. Sehingga akan menjadikan usahanya memiliki strategi tersendiri dalam pengoperasiannya.

Data survey awal dengan jumlah responden sebanyak 30 pelaku usaha. Berikut hasil survey awal mengenai nilai kreativitas wirausaha pada Sentra Boneka Warung Muncang. Hasil survey awal tersebut dapat dilihat pada table 1.3

Tabel 1.3
Survey Awal Mengenai Variabel Kreativitas Wirausaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah para pelaku usaha menggunakan ide-ide baru setiap membuat produk ?	13 (43,33%)	17 (56,67%)
2	Apakah para pelaku usaha meniru karya orang lain (pabrikan besar) untuk produksi produk baru ?	19 (63,33%)	11 (26,67%)
3	Apakah para pelaku usaha dapat mengatur arah usahanya ?	18 (60%)	12 (40%)

Sumber : Pra penelitian pada Sentra Boneka Warung Muncang

Dari table diatas, 17 dengan persentase 56,67% dari 30 responden menyatakan tidak menerapkan ide-ide baru dikarenakan tidak adanya keinginan untuk membuat terobosan baru pada saat memproduksi boneka dan masih memilih mengandalkan cara lama dalam membuat suatu nilai produksi. Mereka berpendapat bahwa tidak harus selalu membuat suatu boneka dengan konsep atau material baru pada setiap proses produksinya sementara produk mereka masih laris dipasaran. Begitu pula point nomor 2, sebanyak 19 responden dengan persentase 63,33% dari 30 responden menyatakan ketika muncul karakter boneka baru, para pelaku usaha belum berani mengandalkan karyawannya untuk inisiatif membuat produk dengan ilmu yang dimiliki karena mereka masih memilih meniru terhadap pabrikan berskala besar sebagaimana contoh memproduksi karakter boneka baru tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha dari perusahaan UMKM Sentra Boneka Warung Muncang tersebut belum menerapkan kreativitas dalam usahanya.

Selain dari kreativitas wirausaha, para pelaku usaha harus mampu mengontrol dan memahami kondisi pasar serta memiliki keyakinan dalam menjalankan

tugasnya agar dapat berhasil dalam mengambil keputusan yang disebut sebagai efikasi diri. Tambahan variabel efikasi diri terhadap perusahaan diharapkan dapat meningkatkan prestasi kerja dan mencapai keuntungan. Menurut Iriani Ismail (2016) efikasi diri adalah cerminan persepsi ataupun keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya sekaligus sebagai komponen motivasi, emosi, sosial yang harus dapat dilatih dan diatur secara efektif dalam pencapaian sesuatu yang diinginkan.

Banyaknya para pelaku UMKM di Sentra Boneka Warung Muncang ini memunculkan persaingan. Oleh karena itu, setiap para pelaku usaha di sentra ini harus memiliki keyakinan terhadap apa yang dikerjakan pada usahanya. Sehingga dapat terus memberikan inovasi pada produksinya.

Berikut hasil data survey awal dengan jumlah responden sebanyak 30 pelaku usaha mengenai efikasi diri pada Sentra Boneka Warung Muncang. Hasil survey awal tersebut dapat dilihat di table 1.4

Tabel 1.4
Survey Awal Mengenai Variabel Efikasi Diri

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah para pelaku usaha selalu beradaptasi dengan kondisi pasar ?	12 (40%)	18 (60%)
2	Apakah para pelaku usaha mampu menyelesaikan masalah walaupun banyak yang menghambat ?	21 (70%)	9 (30%)
3	Apakah para pelaku usaha menguasai dasar-dasar bagaimana berbisnis disetiap aspeknya ?	25 (83,33%)	5 (16,67%)

Sumber : Pra penelitian pada Sentra Boneka Warung Muncang

Tabel diatas pada point 1 dengan responden menjawab ‘Ya’ sebanyak 12 dari 30 responden dengan persentase 40% dan 18 dari 30 responden dengan 60% menjawab ‘Tidak’, para pelaku usaha menunjukkan tidak selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan pasar seperti apa, yang disebabkan terlalu fokus pada produksi dibanding dengan melihat kondisi keinginan pasar sehingga perolehan informasi mengenai boneka yang sedang digandrungi pelanggan tidak terserap secara maksimal, serta mereka masih meyakini bahwa produk boneka yang mereka buat masih diminati para pelanggan. Tetapi sebagian besar para pelaku usaha sudah mampu menyelesaikan masalah ketika dihadapi dengan permasalahan yang berat walaupun banyak hambatan serta sebagian besar pelaku usaha Sentra Boneka Warung Muncang sudah mengetahui dasar-dasar berbisnis. Ini menunjukkan bahwa efikasi diri masih ada yang belum bisa dimengerti dan dapat diterapkan pada perusahaan UMKM yang dijalankannya.

Inilah yang menjadi alasan mengapa harus diterapkan kreativitas wirausaha pada kinerja Sentra Boneka Warung Muncang supaya dapat memenuhi keinginan pasar yang selalu berubah-ubah tiap waktunya dan menjadikan bekal agar dapat mandiri ketika memproduksi boneka dan tidak bergantung pada hasil produksi pabrikan besar. Maka dari itu, para pelaku usaha juga harus bisa meyakinkan dirinya sendiri dalam membangun perusahaannya dengan keinginannya. Untuk meningkatkan kualitas perusahaan, para pelaku usaha Sentra Boneka Warung Muncang memerlukan kinerja yang lebih baik dengan memaksimalkan sumber daya yang ada.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi pada survey awal yang dilakukan. Penulis tertarik melakukan penelitian lebih jauh dan lebih mendalam mengenai : **“Pengaruh Kreativitas Wirausaha dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra Boneka di Warung Muncang Bandung.”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Pengusaha Sentra Boneka Warung Muncang belum sepenuhnya memaksimalkan sumber daya yang dimiliki terutama teknologi berupa media sosial untuk bisa memperluas jangkauan pemasarannya.
2. Saat proses produksi, tidak semua pembuatan boneka dibuat dengan sendiri untuk membuat produk baru tetapi masih menggunakan jasa tambahan selain karyawan.
3. Tidak menerapkan ide-ide baru pada produksi bonekanya dikarenakan tidak adanya keinginan untuk membuat terobosan baru dan masih memilih mengandalkan cara lama dalam membuat suatu nilai produksi.
4. Pengusaha Sentra Boneka Warung Muncang belum bisa mengandalkan karyawannya untuk bisa membuat produk boneka baru dengan ilmu yang dimiliki dan masih meniru pabrikan besar dalam proses produksi.
5. Pengusaha Sentra Boneka Warung Muncang tidak selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan pasar yang disebabkan terlalu fokus pada produksi dibanding dengan melihat kondisi pasar.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikemukakan berdasarkan identifikasi masalah, antara lain:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kreativitas Wirausaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Efikasi Diri di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
4. Seberapa besar pengaruh Kreativitas Wirausaha dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan Kreativitas Wirausaha, Efikasi Diri dan Kinerja Usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha Sentra Boneka Warung Muncang Bandung, serta untuk mendapatkan data agar dapat dianalisis sebagai salah satu syarat kelulusan sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan masalah yang akan dicapai dari judul ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kreativitas Wirausaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Efikasi Diri di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas Wirausaha dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung baik secara parsial maupun simultan.

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 kreativitas wirausaha, efikasi diri, dan kinerja usaha.

2. Kegunaan Akademis

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai kreativitas wirausaha, efikasi diri, dan kinerja usaha melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

b. Bagi Peneliti Lain

Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang strategi kreativitas wirausaha, efikasi diri, dan kinerja usaha.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Sentra Boneka Warung Muncang yang berdomisili di Kelurahan Warung Muncang, Kecamatan Bandung Kulon.

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.5
Tabel 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										■														
6	Revisi											■	■	■	■	■	■								
7	Penelitian Lapangan											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
9	Sidang																							■	■