

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BEKANG PENELITIAN

Saat ini perkembangan dunia usaha sedang meningkat pesat, terlihat bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat besar untuk pembangunan dan pertumbuhan ekonomi bagi suatu negara tersebut. Negara Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang tentunya mempunyai perhatian lebih terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, bahkan di negara-negara maju seperti Jepang. Di Indonesia peran UMKM sangat penting, terutama sebagai sarana ketersediaan lapangan kerja bagi jumlah penduduk Indonesia yang di atas 200 juta penduduk, Provinsi Jawa Barat yang jumlah terbesar di Indonesia memiliki kegiatan ekonomi yang dapat mempengaruhi kegiatan ekonomi nasional.

Ketatnya persaingan membuat perusahaan ingin memberikan keunggulan dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan, untuk itu dilakukan usaha-usaha yang dilakukan agar tetap mampu bertahan dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan diri terhadap perkembangan bisnis yang ada. Dalam menghadapi persaingan perusahaan perlu adanya suatu strategi yang terpadu dan tepat, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing.

Untuk mencapai strategi yang tepat bukanlah suatu pekerjaan yang mudah bagi perusahaan dalam menghadapi para pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat membandingkan produk, harga, saluran distribusi dan promosinya dengan pesaing terdekat.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, meskipun dilihat dari skala ekonominya tidak seberapa namun jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat besar dan dominan serta sumbangan yang diberikan selama ini baik untuk masyarakat maupun untuk negara. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yaitu: Pertama karena kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua sebagai bagian dari dinamikanya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga adalah karena sering diyakini bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar.

Berikut pada tabel 1.1 ditampilkan pertumbuhan jumlah unit UMKM di Kota Bandung pada tahun 2012 – 2019 :

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)
di Kota Bandung Tahun 2009 – 2019

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2009	1.409
2010	1.783
2011	2.509
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077
2018	4.563
2019	5.104

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung, Tahun 2009-2019.

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat dari tahun 2009 – 2019 jumlah UMKM di Kota Bandung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2009, jumlah UMKM terdapat 1.409 unit dan sampai pada tahun 2019 jumlah UMKM terdapat 5.104 unit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang

yang memilih untuk membuka usahanya sendiri sebagai sumber pendapatan. UMKM di Kota Bandung mengalami pertumbuhan setiap tahunnya karena di dorong oleh pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung yang cukup baik. Pemerintah Kota Bandung senantiasa mengembangkan sektor industri kecil dengan mengelompokkan dalam sentra – sentra industri. Hal tersebut untuk memperlihatkan potensi – potensi industri yang ada di Kota Bandung.

Kota Bandung sebagai salah satu wilayah yang produktif mempunyai banyak usaha yang dijalankan masyarakatnya, kota Bandung juga memiliki program revitalisasi 7 kawasan industri dan perdagangan yang berpotensi memberikan kontribusi ekonomi tinggi kawasan sentra industri dan perdagangan di 7 kawasan merupakan program prioritas kota Bandung yang tertuang pada Perda No. 2 Tahun 2004 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah dan Perda No. 3 Tahun 2006 Tentang Perubahan Perda No. 2 Tahun 2004 Tentang RT/RW Kota Bandung.

Sejak tahun 2013 terdapat 30 kawasan sentra industri yang dikembangkan di Kota Bandung tetapi ada 7 kawasan sentra industri yang sudah mencapai pada pasar internasional, diantaranya:

Tabel 1.2
Sentra Industri di Kota Bandung Tahun 2019

No	Nama - Nama Sentra Industri
1	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2	Sentra Industri Rajut di Margasari
3	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7	Sentra Industri Pakaian Jadi di Cigondewah
8	Sentra Industri Produk Textile di Cigondewah
9	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10	Sentra Industri Sablon Kaos di Suci
11	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12	Sentra Industri Ikan Pindang di Cijaura
13	Sentra Industri Opak di Cigondewah
14	Sentra Industri Roti di Kopo
15	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaeur
17	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracandong
23	Sentra Industri Oven di Cimindi
24	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25	Sentra Industri Kasur di Cigondewah
26	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27	Sentra Industri Percetakan di Pagarsih
28	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30	Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung, Tahun 2019.

Tetapi tidak semua ke-30 sentra industri unggulan di atas mencapai pasar nasional/regional. Sejak tahun 2009, Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung telah menetapkan tujuh sentra industri dan perdagangan yang dianggap mampu mencapai pasar nasional/regional. Pada dasarnya sentra industri dan perdagangan tersebut, secara tradisional sudah dikenal sebagai tempat usaha industri masyarakat

dalam skala usaha kecil dan menengah. Pemerintah Kota Bandung menilai bahwa produk yang dihasilkan oleh sentra-sentra tersebut berpotensi untuk diangkat sebagai produk unggulan Industri Kecil Menengah (IKM) Kota Bandung. Tujuh sentra industri yang mampu mencapai regional yang dimaksud berdasarkan Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 530/ Kep.295- DISKUMK PERINDAG 2019 adalah :

Tabel 1.3
Sentra Industri di Kota Bandung yang Mencapai pasar Regional
Tahun 2019

NO	Lokasi	Sentra
1	Cihampelas	yang merupakan sentra penjualan jeans
2	Cibaduyut	yang merupakan sentra pembuatan dan penjualan sepatu
3	Cigondewah	yang merupakan sentra kain dan konveksi
4	Binong Jati	yang merupakan sentra produksi rajutan
5	Suci	yang merupakan sentra industri sablon kaos
6	Cibuntu	yang merupakan sentra industri tahu dan tempe
7	Binong Jati	yang merupakan sentra industri boneka

*Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian
Perdagangan Kota Bandung, Tahun 2019*

Sentra industri dan perdagangan tersebut diatas merupakan aset potensial bagi kota Bandung. Keberadaannya diyakini bisa menunjang perekonomian kota dan mengatasi masalah ketenagakerjaan yang sedang marak terjadi. Kawasan industry sekaligus kawasan wisata belanja yang disebutkan diatas sudah dikenal

banyak khalayak, baik dalam negeri dan luar negeri. Potensi inilah yang sedang digarap pemerintah sejak revitalisasi Februari 2007, dan masih berjalan pengembangannya hingga kini guna menopang perekonomian masyarakat kota Bandung.

UMKM perindustrian khususnya Sentra UMKM Kaos Suci di Bandung, yang beralamatkan di Jalan Suci. UMKM ini memproduksi beraneka ragam kaos dengan menggunakan tenaga kerja manusia dalam proses produksinya. Penghasilan produk dan pangsa pasar di Sentra Sablon Kaos di Bandung sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar dan mampu membuat produk sesuai kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu UMKM Sablon Kaos di Bandung harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, tentunya harus didukung oleh kompetensi wirausaha yang dimiliki dengan baik. Serta keberadaan sentra industri Sablon Kaos Suci ini telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perubahan sosial ekonomi pengrajin. Perkembangan potensi Sentra Industri UMKM Sablon Kaos Suci di Bandung yang menjadi daya tarik untuk dilakukannya penelitian ini.

Kompetensi wirausaha adalah hal dasar dalam mekakukan usaha tentunya menjadi salah satu poin penting dalam melakukan usaha baik itu usaha mikro kecil menengah dan besar. Dalam menjalankan usaha keberhasilan usaha bisa menjadi tolak ukur sebuah perusahaan bahwa perusahaan itu berhasil atau tidaknya. Keberhasilan suatu usaha tidak mungkin diraih begitu saja, tetapi keberhasilan usaha dapat dilihat dari diri wirausahawanya itu sendiri, karena keberhasilan

disebabkan oleh wirausahawan memiliki otak yang cerdas, kreatif dan memiliki rasa ingin tahu.

Suryana (2003:44) bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko, langkah berikutnya adalah membuat perencanaan usaha, mengorganisasikannya dan menjalankannya. Agar usahanya berhasil, seorang wirausaha selain harus bekerja keras juga harus mampu mengembangkan hubungan dengan mitra usahanya ataupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Sehubungan dengan hal ini, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pengusaha pada industri sablon kaos suci di kota Bandung mengenai variabel yang diteliti.

Sehubungan dengan hal ini, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden pengusaha pada industri sablon kaos suci di kota Bandung mengenai variable yang diteliti.

Didukung oleh hasil survey yang di lakukan oleh penulis, berikut adalah hasil survey awal variable Keberhasilan Usaha pada Tabel 1.4 :

Tabel 1.4
Survey awal Kompetensi Wirausahaan Pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda percaya diri pada kemampuan produksi usaha yang di miliki saat ini?	4	13,3%	26	86,7%
2	Apakah pemasaran yang anda lakukan sudah sesuai dengan yang di harapkan?	30	100%	0	0%
3	Apakah biasanya perusahaan Anda mengalami pertumbuhan modal setiap bulannya?	30	100%	0	0%
4	Apakah Anda mampu mengendalikan masalah dalam memulai usaha Anda, tanpa tergantung dengan orang lain sebagai Pemimpin ?	30	100%	0	0%

Dari hasil pada variable Kompetensi Wirausaha dari survei 30 orang responden pada sentra sablon kaos suci, penulis menemukan sebuah permasalahan yang dimana hampir 86,7% responden para pengusaha sentra UMKM sablon kaos suci merasa bahwa belum maksimalnya kemampuan kerja dalam melakukan usahanya.

Begitupun dengan Orientasi pasar merupakan salah satu bagian dari pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan yang memberikan arah kepada seluruh aktivitas bisnis/niaga yang meliputi bauran pemasaran di mana produk (barang, jasa, dan ide) yang dipasarkan merupakan perwujudan dari konsep yang mengalami proses pengembangan dan produksi yang ditujukan kepada pemakai akhir (Hibertus, 2007).

Berikut ini adalah hasil survey awal variabel Orientasi Pasar pada Tabel 1.5 :

Tabel 1.5
Survey awal Orientasi Pasar Pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci

Pertanyaan	Jawaban			
	Ya	persentase	Tidak	persentase
1. Apakah Kemampuan menganalisa pasar pada perusahaan Anda sudah mencukupi?	7	23,4%	23	76,6%
2. Apakah produk yang Anda buat sudah menjadi yang terbaik di pasar?	25	83.3%	5	16,7%
3. Apakah Anda berani merubah produk, menjadi produk yang di butuhkan saat ini.	27	90%	3	10%

Dari hasil pada variable Orientasi Pasar dari survei 30 orang responden pada sentra UMKM sablon kaos suci, penulis menemukan sebuah permasalahan yang dimana hampir 76,6% responden para pengusaha sentra UMKM sablon kaos suci tidak percaya diri dalam melakukan usahanya pada saat ini. Ketidak percaya diri tersebut timbul karna para pengusaha kurang mampu menganalisa pasar.

Menurut Moerdiyanti (2010), mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan adalah hasil dari serangkaian proses bisnis yang mana dengan pengorbanan berbagai macam sumber daya yaitu bisa sumber daya manusia dan juga keuangan perusahaan. Apabila kinerja perusahaan meningkat, bisa dilihat dari gencarnya kegiatan perusahaan dalam rangka untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Padahal hal tersebut penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner. . Berikut ini adalah hasil survey awal variable Kompetensi Wirausaha pada Tabel 1.6 :

Tabel 1.6
Survey awal Kinerja Usaha Pada Sentra Sablon Kaos Suci

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	persentase	Tidak	persentase
1.	Apakah Anda berani menanggung resiko jika penjuala titaksesuai harapan?	28	91.5%	2	8.5%
2.	Apakah produk yang Anda ciptakan merupakan produk yang di butuhkan saat ini ?	11	35%	19	65%
3.	Apakah keuntungan yang Anda dapatkan dalam menjankan usaha sudah sesuai?	25	83.3%	5	16,7%

Berdasarkan Hasil survei awal dari kuesioner dalam variabel Kinerja Usaha penulis melihat adanya permasalahan, yakni 65% Pengusaha sentra sablon kaos suci di Bandung, Pertumbuhan penjualannya tidak meningkat saat ini, haltersebut dikarnakan produk yang di ciptakan kadang tidak sesuai denganapa yag pasar iningkan.

Berdasarkan permasalahan dan kondisi UMKM yang telah diuraikan di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “**KOPETENSI WIRAUSAHA DAN ORIENTASI PASAR SEBAGAI DETERMINASI /PENENTU KINERJA USAHA PADA SENTRA UMKM SABLON KAOS SUCI BANDUNG.**”

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH

1. Kurangnya percaya diri akan kemampuan produksi usaha yang di miliki seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya.
2. Lemahnya pengetahuan orientasi pasar dalam memajukan usahanya untuk berkembang lebih jauh.
3. Kurangnya kemampuan dalam analisis pasar pada perusahaan.

1.2.1. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian dan indentifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka penulis ingin menguraikan mengenai hal sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kompetensi wirausaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi pasar pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung
4. Seberapa besar determinasi kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung baik secara simultan maupun parsial

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 MAKSUD PENELITIAN

Maksud dari penelitian ini adalah Semakin meningkatnya perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) mengakibatkan munculnya persaingan

dengan usaha mikro kecil menengah (UKMM) lainnya. Kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dan ditunjang orientasi pasar perusahaan yang diterapkan dalam usaha tersebut harus mampu mendorong para pengusaha untuk menentukan sikap terhadap perubahan yang terjadi dalam bisnis. Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tingkat kompetensi kewirausahaan dan orientasi pasar sebagai determinasi kinerja usaha Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung.

1.3.2 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada maksud penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kompetensi wirausaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung.
2. Untuk mengetahui orientasi pasar pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung.
3. Untuk mengetahui kinerja usaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar determinasi kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM Sablon Kaos Suci Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian pada kompetensi wirausaha dan orientasi pasar sebagai determinasi/penentu kinerja usaha pada sentra UMKM Sablon kaos suci bandung diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini.

1.4.1 KEGUNAAN PRAKTIS

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi sentra UMKM Sablon kaos suci Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran kepada sentra UMKM Sablon kaos suci Bandung dalam menggunakan strategi kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha.
2. Bagi Pemilik Perusahaan Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
3. Memberikan informasi mengenai perkembangan dan pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar dalam upaya meningkatkan kinerja usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha.

1.4.2 KEGUNAAN AKADEMIS

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yang terkait. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan Manajemen Bisnis
 - Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen bisnis, terutama mengenai kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha.

- Membandingkan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori bisnis yang telah dipelajari dengan kenyataan empiris yang terjadi dalam dunia usaha.

2. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat menjadi tambahan informasi gambaran bagi penulis lain yang berkaitan dengan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha..

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi pihak lain untuk melakukan penelitian ataupun menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

1.5.1 LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan sentra UMKM Sablon kaos suci Bandung, yang beralamatkan di Jalan suci kecamatan cibeuying kaler Bandung.

1.5.2 WAKTU PENELITIAN

Waktu penelitian kompetensi wirausaha dan orientasi pasar sebagai determinasi/penentu kinerja usaha pada sentra UMKM Sablon kaos suci Bandung.

Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

Tabel 1.7
Tabel Kegiatan Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Waktu Kegiatan																											
		Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Agus							
		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	Survei Tempat Penelitian	■	■																										
2	Melakukan Penelitian			■																									
3	Mencari Data				■																								
4	Membuat Proposal					■																							
5	Seminar						■																						
6	Revisi							■																					
7	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■												
8	Bimbingan																	■	■	■									
9	Sidang																					■	■	■	■	■	■	■	■