

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

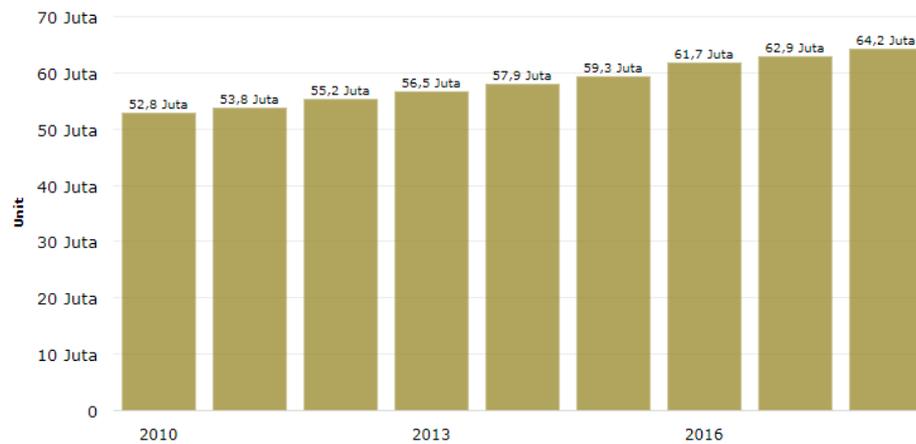
Perkembangan zaman yang semakin maju yang disertai pertumbuhan penduduk dalam jumlah besar membuat manusia harus dapat bertahan hidup di dalam segala kondisi dengan bergantung pada bisnis berupa perusahaan yang berskala kecil maupun berskala besar. Perusahaan sudah semestinya untuk dapat melakukan usaha yang terbaik dengan memahami dan memenuhi kebutuhan manusia yang semakin hari semakin beragam ini. Perusahaan dihadapkan pada berbagai pilihan untuk meningkatkan keuntungan melalui pemenuhan kebutuhan dengan menjaga citra yang baik agar dapat terjadi kelangsungan hidup berkelanjutan yang saling melengkapi antara produsen dengan konsumen. Tak luput pula, dimana perusahaan akan membuat persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar yang melalui langkah-langkah sistematis untuk menarik minat konsumen dengan hal yang ditawarkan. Persaingan dirasakan pula oleh para pengusaha, mereka harus berusaha untuk bersaing menghasilkan keuntungan dan bertahan dalam berbagai keadaan.

Pengusaha perlu untuk membuktikan diri untuk bersiap akan tantangan persaingan yang semakin kuat dari masa ke masa. Pembuktian diri dapat dilakukan dengan siap untuk mengambil kesempatan untuk meraih kesuksesan yang menjanjikan di situasi apapun, mengerti akan pentingnya membaca keinginan pangsa pasar dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnis melalui pemikiran sistematis

sehingga tidak akan tergerus oleh perkembangan zaman dengan persaingan yang ada dan memiliki beragam ide bisnis yang akan mengarahkan kelangsungan bisnis untuk mencapai tujuan sehingga bila menemui masalah atau hambatan, maka penyelesaiannya adalah dengan menggunakan ide bisnis lainnya untuk menghubungkan ke tujuan itu. Dalam membuat kemajuan dalam bisnis yang lebih baik, pengusaha mendaftarkan diri dan membangun Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memiliki beragam jenis usaha yang memudahkan proses pemenuhan kebutuhan konsumen dari mulai usaha makanan hingga usaha jasa.

Dengan adanya UMKM, diharapkan kegiatan perekonomian dapat berjalan dengan lebih baik yang dapat membuat pengusaha memiliki keuntungan untuk mengembangkan usaha, tenaga kerja dapat memenuhi kebutuhan untuk menghidupi keluarga dan konsumen dapat memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Bila hal tersebut dapat berjalan dengan baik antara pemilik usaha, tenaga kerja dan konsumen, maka akan tercipta hubungan yang saling menguntungkan dan pola ketergantungan yang positif. Peran UMKM sangat penting dalam menggerakkan perekonomian sehingga dapat menyediakan, menyalurkan dan memenuhi segala aspek yang dibutuhkan dalam kelangsungan hidup orang banyak. Mendukung UMKM dapat diartikan sebagai dukungan untuk mengembangkan dan memberdayakan sumber daya yang ada agar dapat mengurangi angka pengangguran di tengah jumlah angkatan kerja yang semakin membludak sehingga memerlukan dukungan baik dari pemerintah, pengusaha, tenaga kerja dan seluruh aspek masyarakat.

Berikut ini data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Jumlah UMKM di Indonesia Pada Tahun 2010-2018 :



Gambar 1.1
Jumlah UMKM di Indonesia Pada Tahun 2010-2018

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2010-2018 mengalami peningkatan. Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2010 adalah sebanyak 52,8 juta UMKM dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2018 menjadi sebanyak 64,2 juta UMKM. Peningkatan tersebut sangat baik untuk kelangsungan bisnis dan perekonomian, terlebih lagi bila mendapatkan dukungan maksimal dari pemerintah. Dengan adanya dukungan maksimal dari pemerintah, maka akan banyak menciptakan dan meningkatkan jumlah UMKM baru sehingga mendorong bisnis dan perekonomian yang lebih baik. Dukungan tersebut dapat dimulai dari memberikan kemudahan saat proses mendaftarkan usaha, memberikan bantuan baik berupa dana ataupun pelatihan-pelatihan sukses dalam melakukan usaha, mendukung kegiatan-kegiatan yang mengembangkan potensi dari UMKM, hingga memberikan kebijakan-kebijakan menguntungkan bagi pemerintah dan UMKM.

Berikut ini data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Perkembangan UMKM di Indonesia Pada Tahun 2017-2018 :

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Indonesia Pada Tahun 2017-2018

No	Indikator	Satuan	2017	2018	Perkembangan Tahun 2017 - 2018
1	Jumlah UMKM	Unit	62.992.617	64.194.057	1.271.440
2	Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	99,99	99,99	2,02
3	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	116.431.224	116.978.631	547.407
4	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	96,82	97,00	0,47

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat dilihat bahwa UMKM di Indonesia pada tahun 2017-2018 mengalami perkembangan. Pada tahun 2017-2018 mengalami perkembangan jumlah UMKM sebanyak 1.271.440 unit dengan menunjukkan persentase pertumbuhan jumlah UMKM sebesar 2,02%. Kemudian mengalami perkembangan dalam jumlah tenaga kerja UMKM sebanyak 547.407 orang dengan menunjukkan persentase pertumbuhan jumlah tenaga kerja UMKM sebesar 0,47%. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia mengalami perkembangan yang baik dengan disertai terserapnya sejumlah besar tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Perkembangan UMKM akan semakin baik apabila didukung pula oleh sumber daya manusia yang baik dan berkualitas, dimana hal ini akan membuat UMKM mampu untuk mendongkrak perekonomian agar mampu bersaing sehingga dapat tercukupinya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan di dalam masyarakat luas.

Berikut ini data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mengenai Jumlah Unit UMKM di Kota Bandung Pada Tahun 2014-2019 :

Tabel 1.2
Jumlah Unit UMKM di Kota Bandung Pada Tahun 2014-2019

Tahun	Jumlah Unit UMKM
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077
2018	5.238
2019	6.194

Sumber : Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dapat dilihat bahwa jumlah unit UMKM di Kota Bandung pada tahun 2014-2019 mengalami peningkatan. Jumlah unit UMKM pada tahun 2014 adalah sebanyak 3.498 unit UMKM dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2019 menjadi sebanyak 6.194 unit UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat cenderung tinggi untuk mendirikan suatu bisnis UMKM yang menjadikan semakin banyaknya jumlah unit UMKM di Kota Bandung. Bisnis UMKM ini sangat beragam mulai dari bisnis makanan hingga bisnis jasa, sehingga masyarakat nantinya memiliki berbagai pilihan yang sesuai dengan kebutuhan yang ia ingin penuhi. Keberadaan UMKM menjadi sesuatu yang menarik dengan menciptakan solusi untuk memanfaatkan sumber daya manusia agar terciptanya masyarakat dengan tingkat produktivitas yang baik dalam melakukan suatu usaha.

Berikut ini data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mengenai Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung Pada Tahun 2015-2019 :

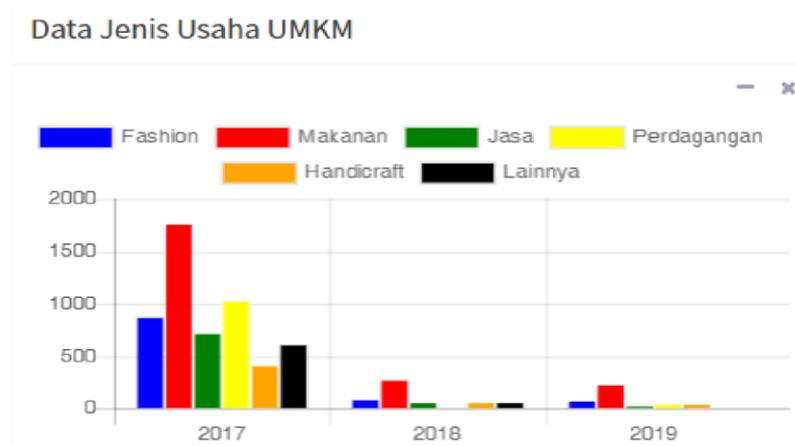
Tabel 1.3
Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Tipe Bisnis Pada Tahun 2015-2019

Tipe bisnis	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Makanan	68	159	126	97	90
<i>Fashion</i>	57	70	36	29	25
Kerajinan Tangan	28	29	25	17	15
Perdagangan	7	22	22	20	18
Jasa	3	37	11	30	26

Sumber : Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dapat dilihat bahwa UMKM di Kota Bandung pada tahun 2015-2019 mengalami pertumbuhan berdasarkan tipe bisnis. Data menunjukkan bahwa bisnis di bidang makanan lebih besar pertumbuhannya dari tahun 2015-2019 dibandingkan dengan bisnis fashion, kerajinan tangan, perdagangan dan jasa. Hal tersebut dapat diartikan pengusaha lebih condong untuk melakukan bisnis makanan setelah terlebih dahulu melihat banyaknya permintaan dari pasar akan kebutuhan dan keinginan pada makanan yang semakin beragam. Pengusaha lebih menyukai bisnis yang selalu dapat bertahan di dalam kondisi apapun, sebab bisnis makanan dapat dikatakan sebagai bisnis yang tidak akan pernah mati. Bisnis makanan tetap mempertahankan eksistensinya meskipun tren terus-menerus berganti, bisnis ini dapat menyesuaikan perkembangan melalui berbagai kreasi yang dibuat pengusaha agar dapat menarik minat konsumen. Bisnis makanan dapat dikatakan bisnis yang bergerak dalam memenuhi kebutuhan pangan manusia, memenuhi kebutuhan akan pangan tentunya menjadi hal utama untuk menjaga kelangsungan hidup.

Berikut ini data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung mengenai Jenis Usaha UMKM di Kota Bandung Pada Tahun 2017-2019 :



Gambar 1.2
UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Usaha Pada Tahun 2017-2019

Sumber : Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung dapat dilihat bahwa UMKM di Kota Bandung pada tahun 2017-2019 menunjukkan besaran data statistik berdasarkan jenis usaha. Hal ini menunjukkan bahwa dari tahun 2017-2019 bisnis UMKM dalam jenis bidang usaha makanan di Kota Bandung tetap menjadi yang terbanyak jika dibandingkan dengan jenis bidang usaha fashion, jasa, perdagangan, handicraft dan lainnya. Kota Bandung telah dikenal sebagai salah satu kota destinasi wisata makanan diantara kota-kota lainnya. Hal ini membuat pemerintah Kota Bandung berupaya untuk memberikan dorongan dalam mengembangkan sektor bisnis makanan. Dengan berkembangnya bisnis makanan ini memungkinkan untuk mendongkraknya pendapatan anggaran daerah. Pemerintah Kota Bandung mengupayakan untuk membantu mengembangkan usaha makanan dengan memberikan program pelatihan, pendampingan dan pemasaran yang baik kepada para pengusaha makanan.

Salah satu kecamatan di Kota Bandung yang terkenal dengan aneka usaha makanannya adalah Kecamatan Ujungberung. Kecamatan Ujungberung terletak di kawasan timur Kota Bandung dengan luas wilayah sebesar 6.612 kilometer persegi. Di Kecamatan Ujungberung terdapat beragam usaha makanan dengan harga yang cukup terjangkau sehingga dapat diminati oleh masyarakat umum dan pecinta makanan. Usaha makanan yang mudah untuk dijumpai adalah mulai dari beragam jenis kue, nasi uduk, ayam geprek, nasi goreng, sate, nasi dan sebagainya. Di Kecamatan Ujungberung terdapat cukup banyak pengusaha yang menjalankan usaha pembuatan produk kue, hal ini dapat menjadi hal yang menarik bagi masyarakat yang menyukai kue. Ini tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat akan konsumsi berkaitan dengan tren yang terjadi pada makanan yang terus-menerus untuk dapat berlangsung hingga ke masa mendatang.

Tren pada makanan seperti kue selalu berkembang setiap waktu, umumnya selalu memunculkan hal menarik untuk dikonsumsi. Tidak hanya soal tren makanan baru, makanan yang telah ada sebelumnya pun dapat menarik hati konsumen dari cita rasanya. Pengusaha kue di Kecamatan Ujungberung dapat menggunakan resep yang telah ada sebelumnya, menciptakan suatu tren kue yang baru atau dapat melakukan upaya penggabungan antara resep kue yang telah ada sebelumnya dengan resep kue baru, sehingga memunculkan kue yang memiliki keunikan tersendiri dengan menerapkan ide dari pemikiran yang diperoleh dari rasa ingin tahu yang tinggi akan suatu hal yang didukung oleh keterampilan yang baik. Dengan adanya hal ini dapat tercipta makanan yang berkembang dengan cita rasa yang unik yang memunculkan tampilan yang menarik.

Berada dalam persaingan merupakan sesuatu sulit bila pengusaha tidak mampu untuk mempertahankan usahanya dan memberikan perlawanan kembali kepada pesaingnya. Untuk itu diperlukan manajemen sumber daya yang baik yang produktif dan kreatif dalam memproses suatu aktivitas yang berdasarkan pada perilaku usaha yang dilakukan. Pengusaha perlu untuk memenuhi kebutuhan dengan memperoleh keuntungan agar usaha dapat lebih berkembang, tenaga kerja perlu memenuhi kebutuhan agar dapat membiayai hidupnya dengan bekerja keras, dan konsumen perlu memenuhi kebutuhannya dengan membeli produk yang dibutuhkan dengan bayaran uang yang dimiliki. Dalam hal itu terjadi hubungan antara pengusaha, tenaga kerja dan konsumen, sehingga perlu adanya citra yang baik agar hubungan tersebut saling menguntungkan satu sama lain.

Pengusaha harus cerdas dalam melakukan berbagai hal yang dimulai dari pengenalan, pengoperasian dan pengembangan usahanya agar semua yang dilakukan dapat memberikan hasil yang baik dan membuahkan keberhasilan usaha. Menurut Noor dalam Hari Susanto (2019) keberhasilan usaha merupakan keberhasilan yang diperoleh melalui pelaksanaan berbagai aktivitas yang mendukung agar dapat mencapai tujuan dari bisnis. Pengusaha harus meningkatkan volume penjualan produk yang ditawarkan agar keuntungan yang diperoleh dapat meningkat dengan mendongkrak tenaga kerja untuk bekerja secara produktif dan efisien. Hal selanjutnya yang diperlukan adalah membaca keinginan pangsa pasar melalui permintaan dan penawaran agar produk sesuai dengan target yang perlu dengan dilakukan pengenalan usaha dan memasarkannya melalui cara benar dengan memanfaatkan sumber dana yang dimiliki. Ini dimaksudkan agar produk tepat

sasaran dapat memberikan kepuasan dari konsumen melalui konsumsi produk usaha yang ditawarkan, secara tidak langsung akan membentuk loyalitas untuk meningkatkan volume penjualan sehingga membentuk keberhasilan usaha.

Sehubungan dengan hal ini, maka penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisisioner mengenai variabel Keberhasilan Usaha kepada 20 responden pengusaha kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung :

Tabel 1.4
Survey Awal Variabel Keberhasilan Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Apakah usaha yang anda lakukan memiliki omzet penjualan yang baik ?	12 orang 60%	8 orang 40%
2	Apakah usaha yang anda lakukan telah dipercaya oleh konsumen ?	15 orang 75%	5 orang 25%
3	Apakah usaha yang anda lakukan selalu mengalami peningkatan penjualan ?	7 orang 35%	13 orang 65%

Sumber : Pra penelitian pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung

Berdasarkan hasil survey awal yang telah dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi mengenai variabel Keberhasilan Usaha pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung Kota Bandung dapat diketahui bahwa sebanyak 60% responden memiliki omzet penjualan yang baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup dan perkembangan operasional usaha yang dijalankan. Omzet sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha, dengan hal ini maka pengusaha dituntut untuk mendapatkan omzet yang besar agar semua hal dapat berjalan dengan sangat baik dan tidak mengalami kendala. Kemudian sebanyak 75% responden mengatakan bahwa usaha yang dilakukan telah dipercaya oleh konsumen, hal ini diperlukan sebagai hubungan baik yang positif antara pengusaha

dan konsumen. Dipercaya oleh konsumen merupakan suatu hal yang menguntungkan, dengan adanya hal ini maka pengusaha mendapatkan keuntungan berupa dana dan citra yang baik dari sisi konsumen. Selanjutnya sebanyak 65% responden mengatakan bahwa usaha yang dilakukan tidak selalu mengalami peningkatan penjualan. Hal ini dikarenakan umumnya suatu permintaan produk akan tinggi apabila terdapat banyak pesanan untuk memenuhi kebutuhan saat ada acara khusus, ketika hari biasa permintaan produk selalu ada, hanya saja tidak sebesar saat ada acara khusus yang berlangsung. Bagaimana pun pengusaha harus selalu siap mempersiapkan diri untuk mengambil peluang yang menguntungkan sehingga dapat meraih keuntungan dengan hasil yang maksimal di berbagai kondisi.

Dalam bisnis, pengusaha harus memikirkan berbagai macam hal. Mulai dari berpikir sejak akan dibangunnya usaha hingga mengembangkan usaha agar menjadi lebih besar dan luas agar dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Dengan melakukan bisnis selain dapat menghasilkan keuntungan pribadi, juga akan dapat membantu menaikkan ekonomi masyarakat. Pengusaha harus memiliki kesiapan untuk mengembangkan usaha melalui tindakan yang dapat mengantarkan usahanya menuju kesuksesan. Semua pengusaha tentunya ingin meraih kesuksesan, tetapi bisa atau tidaknya itu tergantung bagaimana mereka mempersiapkan diri dengan memanfaatkan pemikiran, kemampuan dan seluruh sumber daya yang dimiliki. Permasalahan terkadang datang menghampiri bisnis yang dijalani, untuk itu diperlukan keberanian untuk menghadapinya disertai dengan kemampuan yang cepat tanggap dalam memecahkan masalah tersebut hingga akhirnya menghasilkan solusi agar masalah tersebut tidak menjadi semakin besar lagi di masa depan.

Dalam meningkatkan peluang untuk memenangkan berbagai persaingan dan permasalahan dalam bisnis, maka pengusaha perlu memiliki kreativitas. Menurut Suryana dalam Novita Ekasari et al. (2018) kreativitas sebagai kemampuan dalam membuat hal baru untuk ide baru dalam memecahkan permasalahan dan menghadapi berbagai peluang. Pengusaha harus memiliki kreativitas yang baik dalam membuat suatu produk agar dapat diterima oleh konsumen dan menjadi layak untuk dikonsumsi. Kreativitas dapat didorong dari rasa keingintahuan yang besar akan suatu hal, terlebih lagi dapat diterapkan pada produk yang ingin diciptakan. Memiliki rasa ingin tahu yang besar sangat baik agar pengusaha dapat selalu membuat produk-produk yang baru atau melakukan perubahan pada produk sebelumnya agar dapat mengikuti keinginan konsumen yang semakin hari kian beragam. Rasa ingin tahu perlu didasari oleh sikap yang optimis, karena tanpa memiliki sikap yang optimis pengusaha akan merasa takut untuk mencoba hal-hal yang baru sehingga nantinya tidak akan lagi keinginan untuk menciptakan berbagai jenis produk-produk yang memiliki keberagaman.

Kreativitas dapat muncul dengan menerapkan ide-ide dari hasil pemikiran melalui imajinasi pengusaha. Memaksimalkan kemampuan untuk membuat produk akan menjadi lebih baik jika menerapkan berdasarkan ide. Tetapi, tidak sedikit pengusaha yang tidak berani untuk mengambil risiko tersebut dengan alasan menjadi orang pertama yang bergerak untuk membuat produk baru membuat khawatir tidak akan diterimanya produk tersebut di dalam masyarakat luas. Untuk itu diperlukan percaya diri atau rasa optimis sehingga pengusaha dapat membuat produk dengan melalui beragam cara memproses dengan memadukan berbagai

metode untuk membuat produk dengan hasil terbaik. Dengan demikian akan selalu tercipta berbagai jenis produk yang dapat mengikuti perkembangan zaman atau memenuhi kebutuhan dan mengikuti keinginan dari konsumen yang kian beragam.

Berikut ini penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisisioner mengenai variabel Kreativitas Pengusaha kepada 20 responden pengusaha kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung :

Tabel 1.5
Survey Awal Variabel Kreativitas Pengusaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Apakah anda memiliki rasa percaya diri ketika membuat suatu produk ?	16 orang 80%	4 orang 20%
2	Apakah anda selalu memiliki ide untuk membuat produk baru ?	6 orang 30%	14 orang 70%
3	Apakah anda selalu melakukan eksplorasi bahan dan metode pembuatan produk baru ?	7 orang 35%	13 orang 65%

Sumber : Pra penelitian pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung

Berdasarkan hasil survey awal yang telah dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi mengenai variabel Kreativitas Pengusaha pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung Kota Bandung dapat diketahui bahwa sebanyak 80% responden memiliki rasa percaya diri ketika membuat suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa rasa percaya diri sangat baik dalam mendorong kreativitas, dengan adanya rasa percaya diri, maka suatu produk yang dibuat akan memiliki kualitas yang baik dan hasil yang maksimal. Kemudian sebanyak 70% responden mengatakan bahwa mereka tidak selalu memiliki ide untuk membuat produk baru. Hal ini dikarenakan pengusaha kurang memiliki keingintahuan untuk membuat produk baru dan lebih memilih memproduksi produk yang banyak diminati.

Selanjutnya sebanyak 65% responden mengatakan bahwa mereka tidak selalu melakukan eksplorasi bahan dan metode pembuatan produk baru. Hal ini dikarenakan pengusaha kurang memiliki keberanian dalam mengeksplorasi bahan dan metode pembuatan produk baru, serta pengusaha khawatir produk baru tersebut nantinya tidak laris di pasaran. Padahal dengan melakukan eksplorasi, maka akan mengetahui kelebihan dan kelemahan dari bahan dan metode pembuatan produk.

Dalam membangun suatu usaha, salah satu yang harus dipertimbangkan adalah lokasi usaha. Lokasi usaha memiliki peranan yang penting akan kelangsungan hidup dari usaha yang dijalankan, sehingga perlu menentukan dengan sikap yang bijak dimana lokasi usaha tersebut akan didirikan. Lokasi usaha akan lebih baik jika berada di tempat yang strategis, hal ini dimaksudkan agar masyarakat dapat menemukan lokasi dengan mudah. Untuk menemukan lokasi dengan mudah perlu adanya akses yang baik menuju lokasi yang dimaksud, sulit atau mudahnya akses jalan akan menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk berkunjung tempat usaha. Bila lokasi dapat dengan mudah diakses oleh berbagai macam kendaraan dari mulai pejalan kaki, pengguna sepeda motor, pengendara mobil, pengguna angkutan umum, hingga bus, maka akan membuka peluang yang lebih baik untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

Hal penting selanjutnya adalah mengenai keadaan suatu lokasi usaha. Pertimbangan lain dengan melihat luas tidaknya tempat parkir yang telah disediakan, dengan memiliki tempat parkir yang luas konsumen tidak perlu bingung akan keamanan untuk memarkirkan kendaraan mereka. Konsumen juga tidak perlu khawatir akan mengganggu arus lalu lintas di sekitar lokasi usaha, dengan hal ini

maka arus lalu lintas akan berjalan dengan lancar tanpa menimbulkan titik kemacetan yang dapat mengganggu aktivitas seluruh pengguna jalan lainnya. Menurut Utami dalam Hari Susanto (2019) arus lalu lintas dapat memengaruhi posisi dari lokasi usaha dikarenakan akan memunculkan ketertarikan bagi konsumen untuk berkunjung dan membeli. Pengusaha perlu untuk membangun lokasi usaha yang aman dan nyaman bagi konsumen yang datang berkunjung terlebih lagi bila didukung oleh lingkungan yang dapat meningkatkan kualitas dari lokasi usaha. Dengan lokasi usaha yang aman dan nyaman, akan tercipta lingkungan yang baik dan membentuk citra baik dari konsumen sehingga akan mereka merasa puas terhadap lokasi usaha dan tertarik untuk datang berkunjung.

Berikut ini penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisisioner mengenai variabel Lokasi Usaha kepada 20 responden pengusaha kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung :

Tabel 1.6
Survey Awal Variabel Lokasi Usaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1	Apakah lokasi usaha anda mudah untuk diakses oleh kendaraan ?	16 orang 80%	4 orang 20%
2	Apakah lokasi usaha anda memiliki letak yang strategis ?	7 orang 35%	13 orang 65%
3	Apakah lokasi usaha anda memiliki tempat yang cukup luas ?	8 orang 40%	12 orang 60%

Sumber : Pra penelitian pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung

Berdasarkan hasil survey awal yang telah dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi mengenai variabel Lokasi Usaha pada pengusaha Makanan Kecamatan Ujungberung Kota Bandung dapat diketahui bahwa sebanyak 80%

responden memiliki lokasi usaha mudah untuk diakses oleh kendaraan, sehingga akan semakin memperbesar peluang berkunjungnya konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh pengusaha. Kemudian sebanyak 65% responden mengatakan bahwa lokasi usaha mereka tidak memiliki letak yang strategis. Pengusaha tidak memilih lokasi usaha yang memiliki letak yang strategis dikarenakan untuk membangun usaha di tempat yang strategis memerlukan sumber dana yang mencukupi. Di mana dalam hal ini membangun usaha di tempat strategis akan menghabiskan lebih banyak sumber dana selain dari memperhitungkan akan berbagai sumber daya usaha. Untuk itu pengusaha membangun usahanya di lokasi yang memiliki nilai cukup terjangkau untuk pengusaha tersebut yang disesuaikan dengan sumber dana yang dimiliki agar dapat membangun usaha dengan baik dan lancar. Selanjutnya sebanyak 60% responden mengatakan bahwa lokasi usaha mereka itu tidak memiliki tempat yang cukup luas. Hal ini dikarenakan sulitnya untuk mendapatkan tempat yang cukup luas untuk membangun usaha dengan menggunakan sumber dana yang relatif terjangkau oleh pengusaha. Dengan adanya tempat yang cukup luas, maka tempat tersebut dapat dibagi menjadi tempat pembuatan produk, tempat untuk pengunjung dan tempat untuk parkir. Lokasi usaha pun perlu ditambahkan dengan berbagai fasilitas yang mendukung kegiatan usaha serta fasilitas yang dapat membuat konsumen merasa aman dan nyaman.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan permasalahan di atas, maka dengan hal ini penulis akan melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kue Di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian dan permasalahan di atas mengenai Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Usaha yang dilakukan tidak selalu mengalami peningkatan penjualan, dikarenakan umumnya permintaan produk akan tinggi apabila terdapat banyak pesanan untuk memenuhi kebutuhan saat ada acara khusus saja.
2. Pengusaha tidak selalu memiliki ide untuk membuat produk baru, dikarenakan pengusaha kurang memiliki keingintahuan untuk membuat produk baru dan lebih memilih memproduksi produk yang banyak diminati.
3. Pengusaha tidak selalu melakukan eksplorasi bahan dan metode pembuatan produk baru, dikarenakan kurang memiliki keberanian serta khawatir produk baru tersebut nantinya tidak laris di pasaran.
4. Lokasi usaha tidak memiliki letak yang strategis, dikarenakan pengusaha tidak memiliki sumber dana yang besar sehingga mereka menyesuaikan letak lokasi usaha dengan sumber dana yang dimiliki.
5. Lokasi usaha tidak memiliki tempat yang cukup luas, dikarenakan sulitnya untuk mendapatkan tempat yang cukup luas untuk membangun usaha dengan menggunakan sumber dana yang relatif terjangkau oleh pengusaha.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kreativitas Pengusaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Lokasi Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk pengumpulan beragam data, fakta dan informasi yang sesuai dengan yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Pengaruh Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kreativitas Pengusaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Lokasi Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kreativitas Pengusaha dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kue di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan informasi dan masukan bagi pengusaha di Kecamatan Ujungberung Kota Bandung.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang dapat digunakan dalam membangun usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dapat menjadi pengalaman dan menambah wawasan dalam membuat penelitian mengenai mengenai kreativitas pengusaha, lokasi usaha dan keberhasilan usaha.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya yang membutuhkan teori mendalam mengenai kreativitas pengusaha, lokasi usaha dan keberhasilan usaha.

