

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kota Kembang ialah julukan untuk kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat dengan total populasi penduduk kurang lebih 2,5 juta, Kota Bandung menjadi Kota padat penduduk, dengan kepadatan tersebut aktivitas perekonomian sangat pesat dan menjadi pertumbuhan tertinggi di Provinsi Jawa Barat, Hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa lapangan usaha di Kota Bandung menjadi bagian terpenting dari kegiatan perekonomian, lapangan usaha ialah bidang kegiatan dari pekerjaan atau tempat seseorang bekerja maka dari itu setiap lapangan usaha harus terus diperhatikan guna mempertahankan perekonomian dan menghindari dari kemiskinan, permasalahan kemiskinan di Kota Bandung sangat kompleks dan harus digentaskan, karena itu diharapkan lapangan usaha di Kota Bandung sangat bisa diandalkan dan menjadi barometer perekonomian. Hal tersebut sangat berkorelasi dengan jumlah penduduk yang padat, karena dari segi peluang atau persaingan pun sangatlah sempit dan bagi para pekerja harus tetap bertahan dan berkualitas guna kelangsungan hidup. Lembaga Pemerintahan yang ada sudah menjalankan tugas dan fungsinya dalam menganalisa lapangan usaha yang berarti Badan Pusat Statistik Kota Bandung menganalisa terkait Produk Regional Domestik Bruto menurut lapangan usaha, berikut adalah gambar PDRB Kota Bandung :



**Gambar 1.1**

### **PDRB Kota Bandung menurut lapangan usaha tahun 2019**

Hal tersebut menunjukkan bahwa Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha adalah sebesar 289.312.253,63 juta rupiah, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha adalah sebesar 197.642.705,13 juta rupiah, Kategori Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor merupakan kategori dengan kontribusi terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Bandung Tahun 2019 yaitu sebesar 26,51 persen, Laju Pertumbuhan Ekonomi (LPE) Kota Bandung sebesar 6,79%. Dilihat dari sektor ketiga yaitu Jasa Lainnya menduduki peringkat keempat terbesar, sektor jasa tidak hanya berperan menyerap tenaga kerja dan memproduksi sesuatu, tetapi hal penting lainnya sebagai enabler dalam aktivitas dan

pembangunan ekonomi, sektor jasa adalah tolak ukur dan ciri khas negara maju sementara negara-negara yang kurang berkembang lebih mengandalkan industri primer, maka dari itu sektor lapangan usaha dari jasa harus sangat diperhatikan dan terus dikembangkan.

Dalam industri sektor jasa hal pelayanan dan hasil akhir merupakan salah satu unsur terpenting, terutama dalam Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) yang mempunyai keterbatasan dari beberapa aspek, UMKM di Kota Bandung menyumbang PDB sebesar 80% pada tahun 2019, menurut [diskopumkm.bandung.go.id](http://diskopumkm.bandung.go.id) ada 6141 UMKM yang terdaftar, Secara legal usaha mikro, kecil dan menengah diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan pada Undang-Undang tersebut usaha mikro, kecil dan menengah diberi batasan-batasan sehingga ada kategori tertentu yang menentukan usaha tersebut termasuk usaha mikro, kecil atau menengah. Secara filosofis UMKM dapat menjadi penopang bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat, sektor ini memiliki daya serap yang besar, tetapi tidak dipungkiri bahwa UMKM dihadapkan dengan masalah seperti tingkat kompetensi, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran, dan keuangan. Adapun menurut A.Budiyanto, & A.A. Effendy (2020), diantara hambatan perkembangan UMKM ialah “Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi, kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana sehingga sulit untuk bersaing secara kualitas dan kuantitas. Menurut (Gary,2013) pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan

mengkondisikan penjualan produk dan jasanya, perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen.

Pada dasarnya manusia tidak mungkin bisa lepas dari kebutuhan, hal tersebut muncul dari naluriah dan sangat diperlukan oleh manusia, salah satu kebutuhannya ialah barang dan jasa, kebutuhan barang dan jasa bisa menjadi kebutuhan primer atau sekunder dan bahkan tersier, keperluan dan kebutuhan di era modern ini sangat beragam dalam fungsi dan manfaatnya, bunga atau kembang sangat dibutuhkan oleh manusia dalam berbagai kebutuhannya, mulai dari penghias sampai pemberian, bunga bisa menjadi sebuah simbol dan lambang kasih sayang, permintaan maaf, ucapan selamat dan lainnya. banyak pelaku usaha jenis bunga di Kota Bandung yang termasuk dalam UMKM dan penyedia jasa untuk menawarkan berbagai kebutuhan-kebutuhan manusia, Salah satunya adalah Pasar Bunga Palasari yang berlokasi di Jl. Palasari No.1a, Kelurahan Turanggan, Kecamatan Lengkong yang menawarkan pembuatan hand bouquet, hias mobil pengantin, bunga papan, dekor dan banyak lagi sesuai pesanan konsumennya, menurut masyarakat Pasar Bunga Palasari menawarkan harga yang terjangkau dan murah dibanding yang lainnya, ditambah hasil produknya yang sangat baik, Pasar Bunga Palasari memiliki 11 Toko yang selalu ramai, berikut daftar Toko di Pasar Bunga Palasari :

**Tabel 1.1**

**Daftar Toko di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung**

No	Nama Toko
1.	Dahlia Putra Florist
2.	Sekar Sari Florist

No	Nama Toko
3.	Toko Harum Florist
4.	Tulip Florist
5.	Rahayu Florist
6.	Mekar Jaya Florist
7.	Wijaya Kusuma Florist
8.	Natalia Florist
9.	Toko Bunga Barokah
10.	Anugrah Florist
11.	Tony Florist

Persaingan Toko Bunga di Kota Kembang sanga ketat, menurut para pedagang bunga di Palasari menyebutkan bahwa saingan terbesar adalah Pasar Bunga Wastukencana, Tegalega, dan pedagang-pedagang online. Saat ini para pedagang bunga di Palasari dalam wawancara penulis mayoritas masih menjual produk secara offline dan belum mengerti bagaimana cara menjual online yang baik dan benar, disisi lain tidak mau mengambil resiko lebih dikarenakan mekanisme penjualan online yang rumit seperti pengiriman barang atau pemotongan harga, para pedagang ingin lebih fokus dalam penjualan offline dan tatap muka supaya keinginan konsumen diketahui langsung, para pedagang pun masih merasa cukup dengan penjualan secara offline, ada beberapa toko yang mengemukakan bahwa mereka lebih ingin menjadi pemasok saja dikarenakan lebih mudah dan pasti. Dari hasil wawancara penulis menyebarkan kuisisioner untuk meneliti lebih lanjut kepada

semua pedagang bunga di Pasar Bunga Palasari, disebar kepada 11 responden dan berikut survey awal penelitiannya :

**Tabel 1.2**  
**Survey Awal Penelitian**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Saya berani mengambil peluang dengan jenis usaha berbeda ( <b>Jiwa Kewirausahaan</b> )	2 (18,2%)	9 (81,8%)
Saya berani mengambil resiko terhadap peluang usaha lain yang saya ambil ( <b>Jiwa Kewirausahaan</b> )	1 (9,1%)	10 (90,9%)
Apakah tempat usaha anda memiliki lahan untuk parkir yang memadai? ( <b>Lokasi Usaha</b> )	2 (18,2%)	9 (81,8%)
Apakah tempat usaha anda mudah dijangkau oleh konsumen? ( <b>Lokasi Usaha</b> )	8 (72,7%)	3 (27,3%)
Menambah jumlah karyawan untuk memenuhi keinginan pelanggan yang semakin meningkat setiap harinya ( <b>Keberhasilan Usaha</b> )	10 (90,9%)	1 (9,1%)
Membuka cabang untuk perluasan usaha ( <b>Keberhasilan Usaha</b> )	8 (72,7%)	3 (27,3%)

Dari hasil survey awal penelitian menunjukkan beberapa permasalahan, dari hasil survey tersebut jiwa kewirausahaan pedagang di Pasar Bunga Palasari sangat rendah dan pelaku usaha tidak mau mengambil jenis dan resiko usaha lain

dikarenakan keterbatasan modal dan pengetahuan, para pedagang merasa bingung untuk pindah ke jenis usaha yang lain. Hal kedua yaitu Lokasi Usaha Pasar Bunga Palasari menunjukkan ada permasalahan di bagian lahan parkir yang kecil dan berbeda dengan Pasar Bunga Wastukencana atau Tegalega yang mempunyai lahan parkir yang lebih mumpuni untuk menampung banyak kendaraan, menurut para pedagang lokasi Pasar Bunga Palasari masih mudah dijangkau akan tetapi lokasi Pasar Bunga Palasari jaraknya cukup jauh dari lingkungan pendidikan dan pusat kota, dan para pedagang akan menambah karyawan apabila pesanan menambah setiap harinya tetapi ada 3 toko tidak yakin untuk membuka cabang untuk perluasan usaha karena menurut 3 pedagang tersebut persaingannya sangat ketat, menambah beban-beban dan lebih baik fokus terlebih dahulu di toko yang sudah ada. Dari beberapa fenomena yang telah diuraikan, penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut Pasar Bunga Palasari Kota Bandung untuk menjadi objek penelitian guna menghasilkan sebuah karya ilmiah dengan judul penelitian “ **PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN LOKASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI PASAR BUNGA PALASARI BANDUNG**”

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan fenomena pada sub bab sebelumnya, maka penulis mengangkat beberapa fenomena yang terjadi di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung yang diantaranya adalah pelaku usaha tidak optimis untuk mencoba usaha lain dan tidak mau mengambil resiko, hal tersebut menunjukkan kekurangan dalam

jiwa kewirausahaannya. Menurut para pedagang lokasi Pasar Bunga Palasari mudah dijangkau tetapi hal tersebut hanya opini dari para pedagang bukan dari masyarakat Kota Bandung, lahan parkir di Pasar Bunga Palasari sangat terbatas menurut para pedagang hal tersebut adalah kekurangan dari Pasar Bunga Palasari, menurut para pedagang Pasar Bunga Palasari di tempat lain atau di pasar lain mempunyai lahan parkir yang lebih luas dibandingkan Pasar Bunga Palasari, pedagang menyebutkan bahwa Pasar Bunga Tegalega mempunyai lahan parkir lebih luas dibandingkan Pasar Bunga Palasari.

Para pedagang toko Pasar Bunga Palasari akan menambah karyawannya apabila pemesanan bertambah secara signifikan setiap harinya, apabila karyawan yang sudah ada masih menyanggupi dan merasa tidak kewalahan para toko akan menahan dan tidak akan menambah karyawan, hal terakhir adalah 3 toko merasa bahwa persaingan usaha bunga di Kota Bandung sangat tinggi dan tidak yakin apabila membuka cabang, 3 toko menyebutkan lebih baik fokus di pusat terlebih dahulu sampai ramai dan fokus di penjualan offline dan online store.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang terjadi maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Jiwa Kewirausahaan para Pedagang Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Lokasi Usaha Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.

3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keberhasilan Usaha para Pedagang Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung dan membandingkannya dengan teori dan pendapat para ahli yang tersedia.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun Tujuan dari Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Jiwa Kewirausahaan di di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Lokasi Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui bagaimana Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
5. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.
6. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Bunga Palasari Kota Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, diharapkan peneliti dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepenting dan penelitian ini dapat memberikan benefit terhadap perusahaan seperti sumbangan pemikiran dan sebagai bahan acuan dalam menerapkan kebaikan mengenai Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha.

##### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

a. Bagi Peneliti :

1. Penelitian ini sebagai media menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman serta terjun langsung melihat perekonomian dan dunia bisnis.



