

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Permasalahan yang di hadapi industri kecil bersifat multi dimensi, antara lain mencakup masalah-masalah internal dari setiap unit usaha, masalah eksternal dalam hubungannya dengan pemasok (*supplier*), pembeli (*buyer*) atau konsumen dan pesaing, masalah-masalah yang terkait dengan upaya pemberdayaan, serta masalah globalisasi ekonomi sehubungan dengan diperlakukannya perdagangan bebas serta kemajuan teknologi informasi. Secara internal, industri kecil yang didominasi oleh usaha-usaha berskala sangat kecil (usaha mikro) berhadapan dengan masalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Ciri yang melekat pada para pelaku usaha makro tersebut adalah tingkat pendidikan yang rendah. Rendahnya tingkat pendidikan pada pelaku industri kecil menjadikan wawasan bisnis mereka menjadi sangat sempit, semangat kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang rendah, dan tidak mempunyai atau mengenal manajemen usaha.

Ciri umum dari usaha-usaha mikro adalah bahwa usaha ekonomi yang di jalankan masih ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang paling dasar, sehingga sebenarnya masih pada tingkat ekonomi subsistem. Ciri dari ekonomi subsistem adalah kegiatan usaha yang yang dijalankan hanya untuk bertahan hidup guna memenuhi kebutuhan paling minimum dan karenanya mereka lebih mengutamakan selamat (*safety first*) dengan menghindari segala resiko sekecil apapun.

Dalam kondisi tersebut, secara fisik, usaha-usaha sangat sederhana, hasil produksi yang kualitasnya rendah, tidak mengenal pembukuan keuangan dan sebagainya. Sedangkan masalah eksternal yang dihadapi usaha-industri kecil sangat berat. Secara khusus pelaku ekonomi rakyat yang berusaha pada bidang produksi berhadapan dengan masalah ketergantungan yang sangat tinggi kepada para pedagang pemasok bahan baku dan tok-toko atau pedagang pengumpul yang membeli hasil mereka.

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.

Di dunia perekonomian sekarang ini, Indonesia telah diwarnai oleh wirausaha-wirausaha yang telah sukses Contohnya Bob Sadino, Aburizal Bakrie, Cahiril Tanjung, dan masih banyak wirausaha lainnya. Di lingkungan masyarakat pun usaha-usaha kecil semakin banyak berdiri. Angka pengangguran berkurang, terciptanya lapangan pekerjaan, terpenuhinya kebutuhan dan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia sekarang ini di Indonesia jelas dipengaruhi oleh kehadiran wirausaha-wirausaha di Indonesia. Kisah-kisah perjalanan bisnis mereka selalu

diwarnai masalah dan saling berbagi halangan Wirausaha dituntut agar dapat menangani dan menyelesaikan masalah tersebut dengan cerdas atau menyerah pada masalah dan tidak boleh kalah menjadi seorang wirausaha. Kekayaan menjadi sangat *relative* sifatnya dalam dunia kewirausahaan.

karakteristik wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausaha selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Artinya, wirausaha melakukan sesuatu hal secara tidak asal-asalan, sekalipun hal tersebut dapat dilakukan oleh orang lain

Selain seorang wirausaha mempunyai karakteristik yang kuat untuk keberlangsungan usahanya, wirausaha pun harus memiliki kompetensi dalam bidang bisnis yang ditekuninya. Dengan memiliki kompetensi yang mumpuni maka kebutuhan atau tujuan suatu usaha akan dengan mudah tercapai. Pada umumnya, wirausaha yang sukses adalah mereka yang memiliki kompetensi.

Berikut adalah survey awal kepada 30 responden pelaku usaha di rupa rupa *handicraft market* bandung :

Tabel 1.1
Survey awal mengenai variabel Karakteristik Wirausaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	tidak
1	Apakah pelaku usaha sudah merasa percaya diri?	16 (53,3%)	14 (46,6%)
2	Apakah pelaku usaha mementingkan tugas usahanya ?	12 (40%)	18 (60%)
3	Apakah pelaku usaha siap bertanggung jawab menjadi seorang Pemimpin?	20 (66,7%)	10 (33,3%)
4	Apakah para pelaku usaha disini siap dengan mengambil resiko ?	9 (30%)	21 (70%)
5	Apakah pelaku usaha sudah melakukan kegiatan yang kan berdampak pada keberhasilan usahanya?	19 (63,3%)	11 (36,7%)
6	Apakah pelaku usaha sudah mengatur rencana di masa yang akan datang ?	17 (56,7%)	13 (43,3%)

Sumber : pra survey

Dilihat dari tabel 1.2 hasil survey awal mengenai variabel modal usaha pada point 2 dengan persentase 40% menjawab ‘Ya’ dan 60% menjawab ‘Tidak’, beberapa pelaku usaha yang siap dengan tugas usahanya , dan masih ada sebagian yang belum mementingkan tugas usahanya.

Pada point 4 dengan persentase 30% menjawab ‘Ya’ dan 70% menjawab ‘Tidak’, beberapa pelaku usaha yang siap dengan mengambil resiko dengan

mengadakan terobosan baru, dan masih ada sebagian yang belum mau menanggung resiko dengan membuat terobosan baru.

Karakteristik Wirausaha sangat dibutuhkan terutama dalam mencapai sebuah tujuan hingga dapat memperoleh keberhasilan dalam usahanya. Karena dengan memiliki pola pikir yang kreatif dan inovatif hal ini menjadi pengaruh dalam tercapainya keberhasilan usaha. Pada umumnya, sebagian besar pelanggan akan membeli produk yang memiliki nilai lebih. Di Rupa-rupi Handicraft Market ini untuk dapat terus berkembang kedepannya diperlukan ide-ide baru dan harus berani mengambil terobosan. Sehingga akan menjadikan usahanya memiliki strategi tersendiri dalam pengoperasiannya dan tercapainya dalam tujuan dari usahanya.

Kurangnya komitmen pelaku usaha dengan tugas dan hasil usahanya, masih ada pelaku usaha yang mengutamakan tugas lain dengan tidak mengatur waktu hingga dalam membuat pesanan yang dipesan oleh konsumen tidak tepat waktu, pelaku usaha harus siap dengan waktu buka yang telah ditentukan. Oleh karena itu para pelaku usaha sebaiknya sudah lebih mementingkan tugas usahanya dari tugas yang lain lainnya.

Dan kurangnya pelanggan dalam menjalankan usaha sehingga pelaku usaha di tempat ini jika membuat produk baru atau terobosan baru dalam membuat produknya belum berani melakukannya sedangkan segala resiko-resiko itu adalah hal yang harus dihadapi oleh setiap seseorang yang menjalankan usaha

Para pelaku usaha sebaiknya sudah siap menanggung resiko-resiko yang kapanpun bisa membuat keberhasilan pada tempat usahanya tersebut. pelaku usaha hanya memproduksi produk yang telah ada tidak mau membuat terobosan baru dalam membuat produknya.

Tabel 1.2
Survey awal mengenai variabel kemampuan usaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	tidak
1	Apakah pelaku usaha bisa mengetahui arah usaha yang diajalkan	20 (66,7%)	10 (56,7%)
2	Apakah pelaku usaha sudah sikap tanggung jawab yang tinggi dalam bisnis	15 (50%)	15 (50%)
3	Apakah pelaku usaha sudah terampilan dalam mengelola produknya	20 (66,7%)	10 (33,3%)
4	Apakah pelaku sudah menerapkan Kematangann emosional dalam bisnis yang dijalkannya	12 (40%)	18 (60%)

Sumber : pra survey

Dilihat dari tabel 1.3 hasil survey awal mengenai variabel kemampuan usaha. pada point 4 dengan persentase 40% menjawab ‘Ya’ dan 60% menjawab ‘Tidak’, para pelaku usaha di tempat ini memiliki kematangan emosi dengan berpikir sejara jernih belum bisa memahami keinginan pelanggan yang menurutnya blum sesuai, dan ada juga pelaku usaha yang membuat sudah memiliki kematangan emosi dengan berusaha berpikir secara jernih ketika ada pelanggannya melakukan komplain .

Dengan mampu memahami dirinya sendiri hingga mengetahui seberapa besar upasa untuk mengontrol emosi yang dibutuhkan demi memuaskan kebutuhannya dan mempunyai keyakinan dalam pengambilan keputusan akan mendapat keberhasilan dalam usahanya. Ketika terjadi masalah yang besar harus mampu menghadapinya dengan pemikiran yang jernih walaupun banyak hambatan-hambatan ketika dalam menghadapinya

Karena ada beberapa pelaku usaha yang masih belum memahami keinginan pelanggan ketika produk yang dipesan oleh pelanggan menurutnya belum sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan . Oleh karena itu kemampuan mengonrol emosi dengan berpikir jernih untuk memahami keinginan pelanggan penting dalam seorang wirausaha untuk bisa dalam mendapatkan keuntungan usaha yang di jalankannya.

Tabel 1.3
Survey awal menegnai variabel keberhasilan usaha

No	Pertanyaan	Jawaban	
		ya	tidak
1	Apakah pelaku usaha sudah menyiapkan modal cadangan untuk persiapan tertentu ?	13 (43,3%)	17 (56,7%)
2	Apakah pelaku usaha sudah merasa mendapat penghasilan yang lebih dalam usanhanya?	19 (63,3%)	11 (26,7%)
3	Apakah pelaku usaha sudah meningkatkan <i>output</i> produksi?	23 (76,7%)	7 (23,3%)

4	Apakah pelaku usaha sudah meningkatkan jumlah penjualannya?	11 (26,7)	19 (63,3)
---	---	--------------	--------------

Sumber : pra survey

Dilihat dari tabel 1.4 hasil survey awal mengenai variabel keberhasilan usaha pada point 1 dengan persentase 43,3% menjawab ‘Ya’ dan 56,7% menjawab ‘Tidak’, para pelaku usaha di sentra ini sebagian sudah mempersiapkan modal untuk produksinya untuk usaha yang akan dijalankannya . Tetapi ada juga yang masih belum mempersiapkan modal produksinya untuk usaha yang dijalankannya tersebut

Pada point 4 dengan persentase 26,7% menjawab ‘Ya’ dan 63,3% menjawab ‘Tidak’, para pelaku usaha di sentra ini sebagian sudah meningkatkan jumlah menjual produksinya untuk usaha yang dijalankannya . Tetapi ada juga yang masih belum meningkatkan jumlah penjualan produksinya untuk usaha yang dijalankannya tersebut .

Modal menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam menjalankan usaha , dengan modal yang kecil seorang melaukan usaha harus bisa mendapat keuntungan dengan sebesar mungkin atau semaksimal mungkin dan dalam menjalankan suatu usaha tentunya harus mempersiapkan juga modal-modal yang akan digunakan untuk mendapat keuntungan yang tujuan dari bisnis itu sendiri . Di Ruperupi Handicartf Market ini agar usahanya dapat terus berjalan lancar dan bisa mengikuti

zaman yang supaya bisa lebih unggul dari pesaing lain harus menyiapkan modal cadangan karena dengan menyiapkan modal cadangan ketika harus membutuhkan modal yang lebih besar untuk memenuhi pengoperasian dalam membuat produk barunya sudah ada modal yang siap digunakan.

Beberapa pelaku usaha belum menyiapkan modal untuk usaha yang sudah berjalan , sebaiknya pelaku usaha harus menyiapkan modal cadangan berupa simpanan dibank agar ketika ada permintaan yang besar pelaku usaha bisa terpenuhi .

Selain modal, meningkatkan jumlah penjualan juga itu dibutuhkan dengan cara meningkatkan kualitas produk atau dengan memberikan promo pada penjualannya di beberapa waktu tertentu agar menarik konsumen untuk membeli produk yang sudah dibuat

Beberapa pelaku usaha belum meningkatkan jumlah produksinya , dengan meningkatkan jumlah penjualan diharapkan bisa memenuhi kepuasan pelaku usaha dengan mendapatkan keuntungan. tetapi ada beberapa pelaku usaha meningkatkan jumlah penjualan , hanya menjual dengan cara yang telah biasa mereka lakukan tidak membuat promo atau yang lainnya agar pelanggan lebih tertarik untuk membelinya .

1.2 Identifikasi masalah dan rumusan masalah

1.2.1 identifikasi masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas , peneliti mengidentifikasi masalah untuk penelitian selanjutnya

1. Ada beberapa pelaku usaha yang tidak siap menanggung resiko dengan tidak membuat terobosan baru
2. Beberapa pelaku usaha tidak mendapat penghasilan yang memuaskan.
3. Beberapa pelaku usaha masih belum memahami secara detail produknya.
4. Beberapa pelaku usaha masih ada yang belum memahami cara mengolah kualitas produknya.
5. Belum sepenuhnya meningkatkan *output* produksi , hal ini tidak adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan ketika permintaan meningkat
6. belum sepenuhnya menerapkan ide baru pada penjualannya dikarenakan tidak adanya keinginan untuk membuat terobosan baru dalam meningkatkan penjualannya.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Karakteristik wirausaha pada pengrajin di Rugarupi *Handicraft Market* Bandung secara parsial
2. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Kemampuan Usaha pada pengrajin di rugarupi *Handicraft Market* Bandung secara parsial

3. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai keberhasilan usaha pada pengrajin di Rupalupi *Handicraft Market* Bandung secara parsial
4. Seberapa besar pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Kemampuan Usaha terhadap keberhasilan usaha pada pengrajin di Rupalupi *Handicraft Market* Bandung baik secara parsial maupun simultan

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha di rupa rupi hadicraft market 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

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai karakteristik wirausaha pada pengrajin di Rupalupi *Handicraft Market* Bandung secara parsial.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai kemampuan usaha pada pengrajin di rupalupi *Handicraft Market* Bandung secara parsial.

3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai keberhasilan usaha pada pengrajin di RUPARUPI *Handicraft Market* Bandung secara parsial.
4. Untuk mengetahui Pengaruh karakteristik wirausaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada pengrajin di RUPARUPI *Handicraft Market* Bandung baik secara parsial maupun simultan.

1.4 kegunaan penelitian

1.4.1 kegunaan praktis

- a. sebagai sarana pembaca terutama bagi mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuannya
- b. sebagai sarana informasi bagi pra peneliti ingin mendapatkan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini

1.4.2 kegunaan akademis

- a. bagi peneliti sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasarkan ilmu yang telah didapatkan
- b. bagi pembaca untuk menambah referensi atau pengetahuan memberikan pemikiran ilmiah dan memberi bahan kajian tentang penelitian.

