

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah memasuki era globalisasi, pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat.

Dengan apa yang terjadi pada dunia bisnis pada saat ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan, dan hal itu menuntut agar para pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang selalu berubah. Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Menurut (Kabalbu dan Kameo,2001) dalam Zainul Muchlas Jurnal JIBEKA (2015:78) IKM mampu mendiversifikasikan perekonomian untuk melindungi

ekonomi suatu negara dari fluktuasi dan krisis ekonomi. IKM juga mempunyai kemampuan adaptasi yang cepat dan tinggi pada keadaan ekonomi yang berubah-ubah. Ada sisi lain modal kerja yang dibutuhkan relative kecil, sehingga memberi peluang kepada masyarakat yang memiliki jiwa wirausaha untuk mendirikan unit-unit usaha dengan kadar kecanggihan teknik produksi yang terjangkau. Dalam batas-batas tertentu kegiatan industri kecil dan menengah dapat mengurangi sebagian beban import sehingga dalam kerangka strategis, hal ini dapat menghemat devisa.

Usaha Kecil Menengah (UKM) berperan penting dalam mendukung perekonomian di Indonesia. Dengan adanya sektor UKM sehingga mengurangi angka pengangguran dalam dunia kerja. Sektor UKM terbukti menjadi dasar yang paling kuat bagi perekonomian Indonesia. Pada tahun 1998 terjadi krisis ekonomi di Indonesia, banyak usaha yang berskala besar yang mengalami ketidak majuan dalam usahanya, akan tetapi banyak UKM yang terbukti memiliki kekuatan dalam menghadapi keadaan krisis tersebut. (Kemenkeu, 2015).

Berdasarkan opini yang di sampaikan Aries Musnandar mengatakan fungsi UKM selain dapat berperan untuk mengurangi angka pengangguran tetapi UKM juga berfungsi untuk membantu pertumbuhan ekonomi yakni dengan cara memberikan sumbangan dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Dengan begitu semakin banyak UKM maka semakin besar sumbangan yang di berikan untuk Produk Domestik Bruto (Munandar, 2014).

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan usaha kecil dan

menengah yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam berjalannya perekonomian yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya Usaha kecil dan menengah diharapkan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam hal membantu pemerintah memecahkan masalah-masalah yang ada, salah satunya dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga masyarakat dan usaha kecil dan menengah juga dapat menciptakan unit kerja baru yang memanfaatkan tenaga - tenaga baru sehingga dapat mendukung pendapatan yang diperoleh rumah tangga. Usaha kecil dan menengah diharapkan tidak hanya memiliki kemampuan dan keunggulan dalam hal produksi saja, tetapi juga dapat membaca kebutuhan pasar. Untuk itu, usaha kecil dan menengah ini perlu mendapatkan perhatian khusus dan dukungan informasi yang tepat, agar terjadi jaringan bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Tabel 1. 1
Perkembangan UMKM 2017-2018 Di Indonesia

Indikator	Satuan	2017	2018
Unit Usaha	Unit	62.922.617	64.194.057
Usaha Mikro (UMi)	Unit	62.106.900	63.350.222
Usaha Kecil (UK)	Unit	757.090	783.132
Usaha Menengah (UM)	Unit	58.627	60.702
Tenaga Kerja	Orang	116.431.224	116.978.631
Usaha Mikro (UMi)	Orang	105.509.631	107.376.540
Usaha Kecil (UK)	Orang	6.546.742	5.831.256

Usaha Menengah (UM)	Orang	4.374.851	3.770.835
PDB adh Berlaku	Milyar	7.820.282,6	8.573.895,3
Usaha Mikro (UMi)	Milyar	4.827.398,6	5.303.075,7
Usaha Kecil (UK)	Milyar	1.234.334,1	1.347.104,3
Usaha Menengah (UM)	Milyar	1.758.549,6	1.923.715,4
PDB adh Konstan	Milyar	5.445.564,4	5.721.148,1
Usaha Mikro (UMi)	Milyar	2.804.585,0	2.927.890,1
Usaha Kecil (UK)	Milyar	1.272.701,4	1.355.705,7
Usaha Menengah (UM)	Milyar	1.368.277,9	1.437.551,9

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2020)

Tabel 1.1 Menunjukkan perkembangan UMKM di Indonesia pada Tahun 2017 dan 2018 dilihat dari segi jumlah unit usaha, tenaga kerja dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) baik atas dasar berlaku ataupun atas dasar harga konsisten. Dalam tabel tersebut, unit usaha mikro, kecil dan menengah pada tahun 2018 berjumlah 64.194.057 unit yang artinya jumlah ini meningkat 2,02% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 62.922.617 unit. Pada tahun 2018 UMKM di Indonesia mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 116.978.631 jiwa atau lebih banyak 0,47% dari tahun 2017 yang mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 116.431.224 jiwa. Dari segi PDRB, UMKM pada tahun 2018 mampu memberikan kontribusi terhadap PDRB atas dasar harga berlaku sebesar Rp. 8.573.895,3 (Milyar) yang artinya mengalami peningkatan sebesar 9,64% dari tahun sebelumnya. Untuk PDRB atas dasar harga konstan, UMKM pada tahun 2018

mampu memberikan kontribusi sebanyak Rp. 5.721.148,1 (Milyar), atau mengalami peningkatan sebanyak 5,06% dari tahun 2017.

Dengan meningkatnya UMKM yang ada di Indonesia seperti yang sudah di jelaskan pada tabel 1.1, sama halnya dengan pertumbuhan UMKM yang ada di Provinsi Jawa Barat khususnya UMKM di kota Bandung. Kota Bandung. Berikut pada tabel 1.2 merupakan pertumbuhan unit UMKM di kota Bandung pada tahun 2012-2020 :

Tabel 1. 2
Pertumbuhan Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Bandung Tahun 2012-2020

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077
2018	
2019	6.140
2020	6.409

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat dari tahun 2012 – 2020 jumlah UMKM di Kota Bandung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012, jumlah UMKM terdapat 3.291 unit dan sampai pada tahun 2020 jumlah UMKM terdapat 6.409 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. Menurut Iwa Gartiwa, Ketua KADIN Kota Bandung bahwa “pertumbuhan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kota Bandung mengalami pertumbuhan didorong oleh besarnya serapan produk oleh masyarakat, terutama wisatawan”.

Terkait dengan Industri Kecil Menengah (IKM), peningkatan kompetensi penting dilakukan agar Industri Kecil Menengah (IKM) di Indonesia siap dan mampu menghadapi era pasar keuangan bebas. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian dan mempelajari elemen-elemen kunci untuk kesuksesan IKM, serta kriteria dan besarnya hambatan yang dihadapi IKM. IKM di Jawa Barat memiliki kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) dan serapan tenaga kerja di Jawa Barat terus mengalami perkembangan. IKM pada Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung yang turut berperan terhadap perkembangan IKM di Jawa Barat.

Menurut Reniati (2012:60) Kompetensi Kewirausahaan adalah kesatuan dari pengetahuan (Knowledge), keterampilan (skil) dan kemampuan (ability) yang bersifat dinamis yang diperagakan oleh seorang wirausaha/organisasi sehingga terpancarkan dari perilakunya untuk mencapai kesuksesan dalam bisnisnya secara berkesinambungan.

Menurut Utami (2012) Orientasi Kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada new entry (salah satu dari aksi kewirausahaan). Orientasi Kewirausahaan muncul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang new entry untuk berhasil sangat tergantung pada kinerja yang menjadi tujuan. Orientasi Kewirausahaan menjadi

pilihan yang tepat karena strategi dan kebijakan untuk memberdayakan IKM dalam memasuki pasar global menjadi sangat penting bagi terjamin kelangsungan hidup dan perkembangan IKM sebagai penyedia lapangan kerja, sumber pertumbuhan dan pemerataan pendapatan.

Kebanyakan industri kecil masalah yang di hadapi merupakan masalah klasik antara lain permodalan, pemasaran, persaingan, bahan baku, keahlian Teknik industry dan kurang keahlian dalam pengelolaan. Bidang pemodalan dan pemasaran mendominasi kesulitan yang di hadapi usaha kecil. Namun secara keseluruhan, usaha kecil mengalami kesulitan dalam berbagai aspek sehingga sulit untuk tumbuh dan bangkit dalam waktu singkat.

Dalam masalah pemasaran pun, pengusaha masih melakukan sendiri - sendiri, tidak terintegrasi. Mereka memasarkan secara eceran atau berkeliling dengan menggunakan sepeda motor maupun gerobak. Banyak pengusaha yang ingin memiliki gedung atau bangunan yang bisa digunakan sebagai sentra penjualan. Seperti diketahui, kawasan Cibuntu terletak cenderung tersembunyi karena berada di kawasan pemukiman. Tidak mudah bagi orang luar untuk mengenali sentra produksi tahu tersebut. Terlebih lagi limbah produksi tahu tersebut menimbulkan bau yang tidak sedap. Oleh karena itu, dengan adanya gedung sentra penjualan, minat pembeli untuk datang ke kawasan ini akan lebih besar. Selain itu, masalah pengelolaan administrasi pun masih kurang, banyak pengusaha yang tidak memiliki pencatatan administrasi yang memadai. Hal ini tentu tidak dapat dibiarkan begitu saja, karena kompetensi yang dimiliki pengusaha

baik dalam pengetahuan tentang proses marketing maupun pengelolaan keuangan turut menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha.

Sentra industri adalah pengelompokkan industri-industri yang sejenis atau berkaitan erat diantara industri tersebut di dalam suatu wilayah tertentu. Sentra industri tentu berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Terdapat banyak sentra industri yang terdaftar di Indonesia khususnya di kabupaten Bandung. Sentra industri di Kota Bandung merupakan sentra industry yang cukup maju dan dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak. Seperti yang terdapat pada Dinas Koperasi UKM & Perindustrian Perdagangan Kota Bandung menyebutkan bahwa sentra yang berpotensi yang terdaftar adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 3
Sentra Industri Kota Bandung 2020

No.	Nama Sentra	Jumlah Tenaga Kerja
1.	Sentra Industri Rajut Binong Jati	2143
2.	Sentra Industri Rajut Margasari	103
3.	Sentra Industri Pakaian Bayi Hantap	65
4.	Sentra Industri Pakaian Anak Pagarsih	186
5.	Sentra Industri Tas Kebon Lega	320
6.	Sentra Industri Jeans Cihampelas	352
7.	Sentra Industri Pakaian Jadi Cigondewah	116
8.	Sentra Industri Produk Tekstil Cigondewah	567
9.	Sentra Industri Sepatu Cibaduyut	3008
10.	Sentra Industri Sablon Kaos Suci	2721
11.	Sentra Industri Telur Asin Derwati	49

No.	Nama Sentra	Jumlah Tenaga Kerja
12.	Sentra Industri Ikan Pindang Cijawura	38
13.	Sentra Industri Opak Cigondewah	30
14.	Sentra Industri Roti Kopo	115
15.	Sentra Industri Tahu Cibuntu	1518
16.	Sentra Industri Tempe dan Oncom Situ Saeur	98
17.	Sentra Industri Gorengan Tempe Leuwi Panjang	143
18.	Sentra Industri Kerupuk Palembang Madesa	219
19.	Sentra Industri Industri Boneka Warung Muncang	175
20.	Sentra Industri Boneka Sukamulya	212
21.	Sentra Industri Knalpot Sadakeling	47
22.	Sentra Industri Suku Cadang Kiaracandong	301
23.	Sentra Industri Oven Cimindi	21
24.	Sentra Industri Sikap dan Sapu Cibiru	42
25.	Sentra Industri Kasur Cigondewah	65
26.	Sentra Industri Peralatan Dapur Warung Muncang	47
27.	Sentra Industri Percetakan Pagarsih	69
28.	Sentra Industri Bengkel dan Bubut Jalan Bogor	210
29.	Sentra Industri Las Ketok Karasak	95
30.	Sentra Industri Kusen Astana Anyar	56

Sumber: Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung (2021)

Menurut Pemerintah Kota Bandung menyebutkan bahwa terdapat 30 sentra industry di Kota Bandung tetapi hanya 7 sentra industry yang berpotensi yaitu Sentra Industri Rajut Binong, Sentra Industri Sepatu Cibaduyut, Sentra Industri Kaos suci, Sentra Industri Tekstil Cogondewa, Sentra Industri Jeans Cihampelas,

Sentra Industri Tahu Cibuntu dan Sentra Industri Boneka Sukamulya. UMKM di Kota Bandung mempunyai peran yang penting dalam penyerapan tenaga kerja dan juga peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Bandung. Salah satu UKM yang sedang dikembangkan sebagai sentra industri di Kota Bandung adalah industri tahu Cibuntu yang berada di Kecamatan Bandung Kulon. Cibuntu adalah salah satu sentra pengusaha tahu di Kota Bandung yang mampu menyerap 1.000 tenaga kerja. Produksi tahu Cibuntu adalah yang terbesar di Kota Bandung. Hampir 70% tahu yang ada di Kota Bandung adalah produk dari industri tahu Cibuntu.

Tabel 1. 4
Jumlah Pelaku Usaha di Sentra Tahu Cibuntu Kota Bandung

TAHUN	JUMLAH PELAKU USAHA
2018	134
2019	147
2020	158

Sumber: data kelurahan babakan, kecamatan babakan ciparay

Sesuatu yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dengan meningkatnya persaingan dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana pelaku usaha menyadari bahwa, mereka harus selalu dekat dengan pasarnya, maka kepada setiap pelaku usaha harus bisa memahami teori dan praktek dari Kompetensi Kewirausahaan karena dengan memahami teori dan praktek dari kompetensi kewirausahaan diharapkan akan berdampak bagi perusahaan tentunya meraih kesuksesan atau keberhasilan usaha. Dan juga para pelaku usaha dituntut untuk memiliki orientasi kewirausahaan yang baik dalam bentuk sikap pengusaha yang inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko agar dapat memenangkan persaingan dalam tujuan perusahaan. Apabila pelaku usaha sudah menerapkan

kedua startegi tersebut maka akan sangat memudahkan para pelaku usaha untuk mencapai tujuannya yaitu keberhasilan usaha baik secara pasrial maupun secara simultan di Sentra Tahu Cibuntu.

Dalam penelitian ini penulis melakukan survey awal dengan penyebaran kuisisioner kepada 30 pemilik usaha industry tahu di cibuntu bandung sebagai berikut :

Tabel 1. 5
Survey awal Kompetensi Kewirausahaan pada responden Sentra Tahu Cibuntu, Bandung

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda mampu menjalin relasi/hubungan dengan konsumen dengan baik?	18	12
Apakah anda sudah merasa hasil produksi sudah sesuai rencana?	10	20
Apakah anda mempunyai tekad kuat dalam usaha yang anda jalani?	26	4

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha maka didapatkan hasil pertanyaan pertama 60% (Menjawab YA), pertanyaan kedua 67% (Menjawab TIDAK) dan pertanyaan ketiga 87% (Menjawab YA) maka dapat dijelaskan

Bahwa responden menjawab hasil produksi yang sudah di targetkan belum sesuai dengan rencana dikarenakan pelaku usaha yang menjawab tidak masih menggunakan teknologi yang lama dalam proses produksi dan juga alat untuk memproduksi produk nya tidak terlalu banyak sehingga hasil produksi nya belum cukup maksimal. Menurut pandangan penulis teknologi sangatlah penting dalam proses produksi, dengan menggunakan teknologi terbaru diharapkan dapat memaksimalkan hasil produksi dengan baik dan sesuai rencana. Mereka

beranggapan bahwa teknologi yang mereka gunakan saat ini sudah dirasa cukup. Adapun tanggapan dari salah satu pelaku usaha yang bernama Deden Kosasih mengenai hal tersebut yaitu :

*“Kita beranggapan selama ini teknologi yang digunakan tidak begitu mahal dikarenakan jika menggunakan teknologi terbaru pertimbangan dari kita yaitu adalah biaya pengeluaran yang cukup mahal untuk proses produksi”.
“ Apalagi teknologi yang kita gunakan saat ini merupakan teknologi yang sudah di pakai sejak turun-temurun “.*

Tabel 1. 6
Survey awal Orientasi Kewirausahaan pada responden Sentra Tahu Cibuntu, Bandung

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda berusaha untuk menciptakan kategori produk baru?	8	22
Apakah anda berusaha mengurangi kegagalan?	27	3
Apakah anda berusaha untuk membangun kemitraan dengan partner yang terbaik?	17	13
Apakah anda berusaha mengungguli produk yang dijual pesaing?	19	11
Apakah anda mempunyai strategi bisnis untuk kedepannya?	14	16

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha maka didapatkan hasil pertanyaan pertama 73% (Menjawab TIDAK), pertanyaan kedua 90% (Menjawab YA), pertanyaan ketiga 57% (Menjawab YA), pertanyaan keempat 63% (Menjawab YA) dan pertanyaan kelima 53% (Menjawab TIDAK). Maka dapat dijelaskan bahwa respoden banyak yang tidak menciptakan produk baru, mereka hanya memproduksi produk original saja dikarenakan untuk saat ini produk tahu original adalah produk yang masih banyak di minati oleh banyak pelanggan dan juga mayoritas di sentra tahu dan tempe cibuntu para pelaku usaha belum mempunyai strategi bisnis untuk kedepannya dalam menghadapi persaingan di industry pembuatan tahu dan tempe yang ada dikota bandung.

Masih dengan narasumber yang sama yaitu Deden Kosasih mengungkapkan bahwa :

“ Dari awal berdirinya sentra tahu cibuntu hingga saat ini, masyarakat kota Bandung sudah mengetahui bahwa disini terkenal dengan tahu kuning nya atau tahu originalnya saja”

“ Namun tidak menutup kemungkinan apabila kedepannya kita akan membuat produk jenis baru “.

Tabel 1. 7
Survey awal Kinerja Usaha pada responden Sentra Tahu Cibuntu, Bandung

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda merasa penjualan sudah maksimal?	14	16
Apakah anda sudah berusaha memperluas target pasar ?	15	15
Apakah anda merasa keuntungan perusahaan sudah sesuai dengan yang di targetkan?	14	16

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha maka didapatkan hasil 53% responden menjawab bahwa pelaku usaha belum merasa penjualannya meingkat dan maksimal.

“Sejauh ini untuk penjualan belum mengalami peningkatan yang cukup signifikan”.

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha, maka didapatkan hasil 50% responden menjawab bahwa pelaku usaha sudah berusaha memperluas pasar.

“Selama ini kami memang berusaha memperluas target pasar kami, akan tetapi untuk memperluas pasar memerlukan waktu dan usaha yang maksimal, dengan begitu kami harus mempersiapkan startegi yang matang“.

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha maka didapatkan hasil 53% responden menjawab bahwa pemilik usaha belum mendapatkan keuntungan seperti yang di rencanakan atau di targetkan.

“Untuk keuntungan kami belum mencapai dengan target yang di harapkan atau di targetkan “.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan kuisisioner awal kepada 30 responden didapatkan permasalahan yang terjadi di Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu, Bandung maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA SENTRA TAHU DAN TEMPE CIBUNTU KOTA BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Mayoritas pelaku usaha di sentra tahu cibuntu merasa hasil produksinya belum sesuai rencana
2. Masih banyak para pelaku usaha di sentra tahu cibuntu belum berani membuat kategori produk baru dan belum memiliki strategi bisnis kedepannya.
3. Pelaku usaha di sentra tahu cibuntu merasa belum jumlah penjualannya meningkat atau maksimal.
4. Pelaku usaha di sentra tahu cibuntu merasa keuntungannya belum sesuai dengan yang di rencanakan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian di atas, maka akan di teliti masalah Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Kompetensi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Kinerja Usaha pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud di lakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data, informasi, dan suatu gambaran mengenai analisis Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung. Hasilnya akan di gunakan sebagai bahan penyusunan usulan penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Kompetensi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Orientasi Kewirausahaan pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Kinerja Usaha pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha pada Pelaku Usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini yang diwajibkan kepada setiap mahasiswa/i akan memberikan manfaat bagi:

1.4.1 Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan sehingga dapat mencapai Keunggulan Bersaing dalam usaha. Selain itu juga dapat dijadikan landasan bagi penulis untuk memberikan sumbangan saran dan masukan di dalam melaksanakan usaha dan manajemen dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Bagi Pihak Terkait

Sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat dan mengetahui tentang pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing

c. Bagi Pihak Lain

Dengan hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi perusahaan yang bergerak di bidang yang sama.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan bisnis Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing, serta sebagai bahan pembandingan antar teori yang didapat dalam bangku kuliah dengan pelaksanaan dilapangan.

b. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Menambah wawasan keilmuan dibidang manajemen terutama mengenai bisnis pengaruhnya Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang berguna dalam melaksanakan penelitian maupun studi lebih lanjut serta bahan rujukan dalam melihat keadaan perusahaan secara benar dan obyektif.

