

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat sekarang dengan bertambah ketatnya persaingan dibidang usaha dan perdagangan yang ada di Indonesia khususnya bagi usaha yang berskala kecil dan menengah. Maka perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai cara sehingga dapat meningkatkan daya saing agar dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Persaingan yang ada di Indonesia semakin meningkat dengan pesat, maka perusahaan harus lebih meningkatkan mutu serta kualitas kompetensi dan kemampuan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam hal mencapai keberhasilan dapat terwujud. Hal tersebut harus diterapkan disegala bidang usaha baik itu usaha yang berskala besar ataupun usaha yang berskala kecil dan menengah.

Menurut **Soegoto (2014:45)** sistem ekonomi pasar menciptakan terjadinya persaingan bisnis antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Persaingan akan mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk berkualitas dan terjangkau oleh pasar. Untuk itu system produksi barang atau jasa harus dilakukan secara efisien, memenuhi kualifikasi pasar sesuai kebutuhan dan memberi laba bagi perusahaan.

Menurut **Hutomo (2015)** sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Produk-produk industrial selalu memiliki dasar tukar (term of trade) yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk-produk sektor lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada pemakainya. Salah satu solusi yang ditawarkan pemerintah dalam mengentaskan kemiskinan adalah meningkatkan jumlah pelaku usaha sehingga bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Usaha Mikro sebagaimana dimaksud Keputusan Menteri Keuangan No 40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (Serarus juta rupiah) per tahun. Usaha mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-.

Otoritas Jasa Keuangan mencatat penyaluran kredit usaha mikro, kecil menengah (UMKM) terus bertumbuh menjelang akhir 2020. Kredit berpotensi bertumbuh seiring dengan tingginya kebutuhan modal baru tahun 2021. Saat ini tercatat lebih dari 65 juta UMKM yang tersebar di Indonesia. Pada 2016, tercatat ada 61,7 juta UMKM di Indonesia. Jumlahnya terus meningkat, pada 2017, jumlah UMKM mencapai 62,9 juta dan pada 2018, jumlah UMKM mencapai 64,2 Juta. Diprediksikan

bahwa pada tahun 2019, 2020 hingga 2021 jumlahnya terus meningkat. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM mempunyai perkembangan yang baik, ditandai dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di Indonesia

Menurut **Putra (2016:44)** UMKM memiliki peran besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. UMKM telah berkontribusi terhadap pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57% - 60%. Selain itu, menurut Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah UMKM telah memberikan pemasukan kepada negara dalam bentuk devisa. Terhitung pada tahun 2017, devisa negara dari para pelaku UMKM adalah sebesar Rp 88.45 miliar. Angka tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (**Qazwa, 2019**). Jumlah UMKM yang meningkat menimbulkan adanya persaingan yang kuat bagi para pelaku bisnis. Persaingan ini menuntut pelaku UMKM supaya memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya. Globalisasi perekonomian yang terjadi saat ini membawa dampak pada munculnya liberalisasi perdagangan. Dimana tidak ada lagi batas-batas geografis yang membatasi ruang lingkup perdagangan suatu perusahaan (**Ellitan & Anatan, 2018:6**).

Tabel 1.1

Perkembangan UMKM 2017-2018 di Indonesia

Indikator	Satuan	2017	2018
Unit Usaha	Unit	62.922.617	64.194.057
Usaha Mikro (UM)	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.

Pemerintah Indonesia juga memiliki peran yang besar dalam mengembangkan UMKM atau industry kecil. Pemerintah dengan kebijakannya sudah seharusnya memberikan dukungan berupa bantuan moral maupun material seperti pembinaan, kebijakan, penyuluhan serta JPS (Jaringan Pengaman Sosial), PNPM (Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat), serta bantuan lainnya agar industry kecil bias lebih berkembang di Indonesia.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM Kota Bandung

URAIAN	TAHUN					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
JUMLAH	3544	3764	4077	-	6140	6409

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung

Tabel 1.2 menunjukkan dapat dilihat dari tahun 2015 – 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 6.140 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 Deden Y. Hidayat, 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”.

Di Kota Bandung, pemerintah Kota Bandung senantiasa berusaha membangun sektor industrinya salah satunya dengan mengintegrasikan atau mengelompokkan semua industry yang ada di Kota Bandung. Semua itu bertujuan agar industri-industri yang ada di Kota Bandung dapat terkoordinir dengan baik sehingga dapat terkendali secara langsung perkembangannya. Adapun sentra Industri yang ada di kota Bandung.

Tabel 1.3

Sentra Industri yang ada di Kota Bandung tahun 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
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 (2020)

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan diatas maka terdapat Sentra Tahu Cibuntu. Industri ini sudah ada sejak lama di kota Bandung bahkan sudah tidak asing lagi di telinga kita. Tidak sedikit usaha tahu yang telah berkembang di kota Bandung sejak dahulu hingga sekarang. Seperti Tahu Yun-Yi, Tahu Talaga Yunsen, Tahu Lembang serta Tahu Ciburial.

Tabel 1.4
Jumlah Pelaku Usaha Tahu 2018-2020

TAHUN	JUMLAH PELAKU USAHA
2018	134
2019	174
2020	158

Sumber: data kelurahan babakan, kecamatan babakan ciparay

Fenomena persaingan dalam industri tahu saat ini sedang terus meningkat, karena industri tahu merupakan salah satu industri yang memiliki pangsa pasar yang luas **Salim (2013)**. Menurut **Hitt et al. (2011)** menyatakan bahwa dengan adanya persaingan, maka masing-masing usaha yang berada dalam persaingan tersebut akan berusaha semaksimal mungkin untuk meraih posisi yang paling menguntungkan di pasar. Khusus di wilayah sentra tahu Cibuntu (Sentra tahu terbesar di Kota Bandung), persentase UKM produksi tahu di daerah kelurahan Babakan (lokasi sentra tahu

Cibuntu) dari tahun 2018 hingga 2019 mengalami peningkatan dari seluruh UKM tahu dan tempe yang ada di wilayah Kecamatan Babakan Ciparay tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemic Covid-19 yang berdampak pada omset yang diterima (Data Kelurahan Babakan).

Sentra Industri Tahu Cibuntu merupakan suatu perkumpulan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang memproduksi tahu. Terbentuknya sentra industri tahu Cibuntu sudah ada sejak tahun 1972 yang berawal dari kebiasaan bangsa China mengkonsumsi tahu. Kebiasaan tersebut yang akhirnya mencetuskan sebuah bisnis yang dilakukan oleh bangsa Indonesia dan akhirnya berkembang pesat sampai saat ini. Sentra industri tahu ini terletak di Desa Cibuntu, Kabupaten Bandung. Walaupun usaha tersebut berskala kecil, namun pabrik tersebut merupakan awal lahirnya identitas kawasan Cibuntu sebagai Sentra Industri Tahu **(Galih, 2019)**.

Produksi tahu di Cibuntu setiap harinya mencapai lebih dari 100 ton tahu. Hasil dari produksi tersebut di jual belikan kepada masyarakat Bandung dan luar kota lainnya seperti Jakarta dan Bogor. Mayoritas UMKM tahu Cibuntu merupakan bisnis home industry, sehingga bisnis yang dijalankan masih secara tradisional. Didalam sentra industri tersebut hanya terdapat satu perusahaan yang sudah memiliki badan hukum (CV). Skala penghasilan yang diperoleh pelaku usaha tahu dan tempe Cibuntu dapat sangat menjanjikan sehingga banyak warga yang melakukan bisnis serupa.

Tingginya intensitas persaingan di pasar menuntut wirausahawan untuk mampu menciptakan suatu inovasi yang memberikan keunggulan di pasar. Pada dasarnya entrepreneur adalah orang yang pandai menangkap peluang dan mau mengerjakan peluang tersebut sebagai suatu kesempatan untuk berkiprah mengimplementasikan gagasannya (Muis et. al., 2015). Untuk meningkatkan daya saing di pasar, maka *entrepreneur* harus bisa membuat pengambilan keputusan yang tepat secara strategis. Strategi adalah teori tentang bagaimana caranya menciptakan sebuah kemampuan bersaing (Barney & Hesterly, 2012).

Tabel 1.5
Survey Awal 30 Pelaku Usaha
Nama Pabrik Tahu Tersurvey

Baraya Citra	GS. Dabeda	JA. Mandiri	Tahu Mentega	Buntu Sutra Jamalludin
Tahu Duras	Selera HK	GS Food Industri	RR Aslini	SG Tahu Qeju
Tahu Super Keju DS	Toko Tempe AC Ayi Ucu	Fauzan Tahu Keju	Yasuna Tahu	Tahu Cibuntu HD
Tahu Aslina CS	Tahu Cibuntu H. Nana	Khaerunnisa Tahu Tempe	Tiga Saudara	Tahu Mentega AW
Butter Tahu	Pabrik Tahu (Babakan No. 42)	Pabrik Tahu (Babakan No. 46)	Adam Jaya Tahu	Tahu Tempe ST
Hafidz Sawargi	Pabrik Tahu (Gang Asnuri No. 274)	Pabrik Tahu (Gang Asnuri No. 393)	TH Tahu Bungkus	JA. Mandiri 2

Dalam mencapai keberhasilan usaha seorang wirausaha terlebih dahulu harus mengetahui dasar mengenai usahanya. Setiap usaha ingin mencapai suatu keberhasilan usaha. Suatu usaha dapat dikatakan berhasil apabila dalam jangka waktu tertentu usaha tersebut terjadi peningkatan pendapatan atau laba serta adanya komitmen yang kuat dari pelaku usahanya agar tetap konsisten pada usahanya.

Tabel 1.6

Survei Awal

Variabel Karakteristik Individu

NO.	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1	Apakah anda dapat mengatasi segala tantangan yang ada sejauh ini?	24	6
2	Apakah anda berani mengambil resiko dalam suatu tindakan?	12	18
3	Apakah anda berkomitmen untuk terus menekuni bisnis ini?	23	7

Berdasarkan table survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha pelaku usaha, maka didapatkan hasil pertanyaan pertama 80% (Menjawab YA), pertanyaan kedua 60% (Menjawab TIDAK) dan pertanyaan ketiga 77% (Menjawab YA). Responden menjawab bahwa pelaku usaha sudah dapat mengatasi tantangan yang ada dapat dilihat dari para pelaku usaha sudah menekuni usaha tahu dan tempe sejak lama yang menandakan mereka dapat bertahan dan bisa mengatasi tantangan yang ada

serta para pelaku usaha berkomitmen akan terus menekuni usaha tahu tersebut walaupun dari waktu ke waktu persaingan semakin ketat.

Tabel 1.7
Survei Awal
Variabel Perilaku Kewirausahaan

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1	Apakah anda percaya diri dalam menjalankan usaha anda? (Percaya diri)	22	8
2	Apakah anda berusaha untuk menciptakan jenis tahu yang baru? (Keorsinilan)	13	17
3	Apakah anda sudah merasa berhasil memimpin usaha ini? (Kepemimpinan)	26	4

Berdasarkan table survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha, maka didapatkan hasil pertanyaan pertama 73% (Menjawab YA). Pertanyaan kedua 56% (Menjawab TIDAK) dan pertanyaan ketiga 87% (Menjawab YA) responden menjawab bahwa pelaku usaha percaya diri dalam menjalankan usahanya dikarenakan omzet yang mereka dapatkan relative stabil dari tahun ke tahunnya. Tahu dan tempe juga sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat di Bandung maupun di seluruh Indonesia. Tetapi dibalik rasa percaya diri mereka (pelaku usaha), kebanyakan mereka tidak berani mengambil resiko dalam setiap keputusan. Masih dengan narasumber yang sama yaitu pak Saefulloh menjelaskan bahwa:

“Dari awal kami sudah optimis membuka usaha tahu ini, orang sini juga kebanyakan usaha tahu “

“Resiko pasti ada, tapi kita disini tidak terlalu memikirkan masalah pengambilan resiko. Usaha kami jalan dan omzet sesuai yang diharapkan untuk sehari-hari saja menurut kami sudah cukup. Usaha yang kami jalani saat ini udah cukup memberi keuntungan“

“Pesenan untuk tahu sama tempe selalu ada karena kami punya pelanggan tetap dan yang bahkan hingga sekarang ada beberapa pelanggan tetap yang baru “

Tabel 1.8
Survei Awal
Variabel Keberhasilan Usaha

NO.	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1	Apakah anda sudah merasa berhasil dalam menjalankan serta mengembangkan usaha anda? (Modal)	22	8
2	Apakah usaha anda sudah mencapai target yang sudah direncanakan? (Pendapatan)	10	20
3	Apakah jumlah penjualan setiap tahunnya stabil? (Volume penjualan)	25	5

Berdasarkan tabel survey awal diatas yang dilakukan pada 30 pelaku usaha, maka didapatkan hasil pertanyaan pertama 73% (Menjawab YA). Pertanyaan kedua 67% (Menjawab TIDAK) dan pertanyaan ketiga 83% (Menjawab YA) responden menjawab bahwa mereka sudah merasa berhasil dalam mengembangkan usahanya tetapi mereka belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini dikarenakan semakin ketatnya persaingan usaha tahu dan tempe di sentra tersebut yang mengakibatkan para pelaku usaha mempunyai keunggulan kompetitif yang mendukung persaingan.

“Kami rasa sudah cukup berhasil karena selalu ada orderan yang masuk untuk usaha kami. Tiap tahunnya juga penjualan kami stabil”

“Kami belum mencapai target yang diharapkan karena penjualan dari waktu ke waktunya belum pasti”

“Kami sudah memaksimalkan peluang yang ada buat usaha yang kami jalani saat sekarang”

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul: **“Pengaruh Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha di Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dilihat dari penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pelaku usaha belum sepenuhnya berani mengambil resiko dalam setiap keputusannya. Hal ini dikarenakan semakin ketatnya persaingan di pasar yang membuat para pelaku usaha harus berpikir berkali-kali untuk mendapatkan keputusan yang tepat untuk usahanya.

2. Pelaku usaha masih kesulitan dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor yang sejenis. Hal ini dikarenakan pelaku usaha di sentra tersebut tidak berusaha untuk menciptakan varian tahu yang baru.
3. Pelaku usaha belum mencapai target atau keuntungan yang diharapkan. Hal ini dikarenakan setiap tahunnya omset tidak stabil bahkan sering kali terjadi penurunan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti menguraikan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Karakteristik Individu pada pelaku usaha Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Perilaku Kewirausahaan pada pelaku usaha Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data guna kepentingan menganalisis variabel-variabel penelitian dalam konteks permasalahan pengaruh Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha, serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis yang dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen di Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Karakteristik Individu pada Sentra Tahu Cibuntu Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Perilaku Kewirausahaan pada Sentra Tahu Cibuntu Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Sentra Tahu Cibuntu Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan secara langsung maupun tidak langsung, dapat dilihat dari dua aspek yaitu:

1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis

1. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diharapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai suatu masukan bagi pihak – pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama, dan juga menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu Kota Bandung.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha di Sentra Industri Tahu dan Tempe Cibuntu sebagai perilaku yang nyata dengan menerapkan

teori – teori yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisa suatu masalah dan berfikir sistematis

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis

1. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan sasaran dalam meningkatkan kualitas Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan. Serta berguna untuk memperbaiki Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan pelaku usaha sehingga dapat melakukan perubahan-perubahan yang positif seperti tercapainya Keberhasilan Usaha.

2. Pihak Terkait

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Karakteristik Individu dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan usaha.

3. Lain-Lain

Selain itu dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi perusahaan – perusahaan lain yang mengalami permasalahan yang sama.

8.	Bimbing An	█	█								█	█	█	█	█	█	█	█	█				
9.	Sidang	█	█																█	█	█	█	