

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan memiliki suatu bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro,

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju.

Peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi di Indonesia, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Perkembangan UMKM di Indonesia sudah cukup pesat menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2018 pelaku UMKM sudah mencapai

64.194.057 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 116.978.631. Pada tahun 2019 pelaku UMKM semakin besar menjadi 65.465.497 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja 119.562.843. (<https://www.kemenkopukm.go.id>)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Indonesia semakin banyak sehingga membantu perekonomian Indonesia dan juga penyerapan tenaga kerja sehingga berkurangnya angka pengangguran yang ada Indonesia.

Perkembangan UMKM di setiap provinsi berbeda-beda seperti halnya di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2016, total keseluruhan pelaku usaha sebanyak 4.545.874 pelaku usaha. Dimana dalam jumlah yang cukup besar ini terbagi menjadi dua yaitu: (1) sebanyak 98,84% pelaku usaha mikro kecil menengah; dan (2) 1,16% pelaku usaha menengah besar. Dari jumlah tersebut ditemukan bahwa kehadiran UMKM di wilayah Jawa Barat lebih mendominasi di pasar ekonomi (BPS Jawa Barat, 2016).

Dari data tersebut dapat simpulkan bahwa UMKM di Provinsi Jawa Barat sudah berkembang dan menumbuhkan perekonomian di Provinsi Jawa Barat. Setiap tahunnya muncul wirausaha – wirausaha baru yang menciptakan usaha, untuk itu pemerintah Provinsi Jawa Barat menargetkan adanya peningkatan usaha yang memiliki potensi yang besar untuk lebih berkembang. Sehingga Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengupayakan untuk dapat mengurangi hambatan yang mungkin ada bagi para pelaku UMKM. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat adalah dengan memberikan

kemudahan terhadap akses kredit dari lembaga keuangan. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dari para pelaku UMKM (BPS, 2016).

Usaha fashion di kota Bandung sudah semakin banyak dan beragam yang dihasilkan oleh wirausaha – wirausaha di Bandung. Dalam menciptakan sebuah usaha fashion dibutuhkan ide bisnis yang tepat supaya mempunyai keterampilan didalam suatu usaha. Keterampilan atau *personal entrepreneur skill* merupakan pengaruh yang besar dalam berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha kecil yang berkelanjutan (Muhyi, 2012). Sedangkan menurut Kenneth (2013) keterampilan wirausaha akan berhasil dengan memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran dalam menyusun strategi bisnis bidang pemasaran untuk menyediakan produk yang menarik dan inovatif, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penuaan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten.

Keterampilan wirausaha ditentukan oleh kemampuannya dalam menjual idenya. Pengalaman usaha yang diterima secara luas dapat mengubah suatu situasi dan kondisi menjadi baik dan diterima oleh masyarakat sehingga konsumen menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan. Keberhasilan suatu usaha dapat tercapai juga bila pengalaman usaha melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan pemilik usaha kepada seorang karyawan dengan baik dan maksimal.

Pengalaman adalah salah satu faktor yang mempengaruhi terhadap kewirausahaan (Susanto, 2014). Sedangkan pengalaman usaha bisa diartikan sebagai indikator terbaik bagi keberhasilan usaha kecil dan menengah Pradanawati (2015). Meski tidak ada studi banding dengan wirausaha, relasi dengan orang yang berwirausaha menjadi aspek penting untuk memiliki keinginan berwirausaha. Dapat disimpulkan pula pengalaman usaha dalam mengelola usaha kecil berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan skala kecil dan menengah. Karena, pengalaman ini bisa diperoleh dari pola yang berprofesi wirausaha, pengalaman mengelola usaha skala kecil sebelumnya, atau terlibat dalam kegiatan-kegiatan berwirausaha baik secara tidak langsung atau secara langsung. Sehingga dalam membangun usaha didasarkan atas pengalaman usaha, dan mengembangkan produk berkualitas. Ini berarti diperlukan konsep yang matang untuk mendukung keberhasilan kewirausahaan dalam jangka panjang, menurut Suryana (2013) keberhasilan kewirausahaan dapat diukur melalui tingkat pendapatan, bertambahnya produktivitas usaha, dan punya citra yang baik dimata pelanggan.

Untuk itu dalam mencapai keberhasilan kewirausahaan dibutuhkan pengalaman di dalamnya agar tercapailah sebuah tujuan dari usaha tersebut. Keberhasilan ini bisa dicapai bila perusahaan dapat bereaksi dengan cepat terhadap kondisi pasar baru dan kebutuhan pelanggan. Banyaknya pelaku usaha di dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan sehingga akan terjadi persaingan dalam bisnis di bidang Fashion. Yang menjadi permasalahannya adalah usaha baru banyak yang menjiplak ide usaha yang

sudah berkembang sehingga banyaknya persaingan antar beberapa usaha dalam lokasi penjualan yang sama.

UMKM yang terkenal dikota Bandung salah satunya adalah Usaha Fashion di The Hallway Space merupakan tempat baru para pelaku usaha di bidang Fashion. The Hallway Space telah mejadi pusat keramaian fashion yang menjual berbagai pakaian, celana, tas, sepatu yang bervariasi. The Hallway Space awalnya hanyalah kawasan pasar dan ruko yang tidak teratur tetapi kini di tempat itu telah menjadi pusat fashion yang berkembang di kota Bandung. Kini wirausaha muda banyak yang berjualan di The Hallway Space, bukan hanya etnis cina saja tetapi etnis pribumi juga.

Usaha Fashion di The Hallway Space juga terdapat beberapa wirausaha yang menjual jenis fashion sejenis sehingga menjadi sebuah persaingan di kawasan yang sama. Berdasarkan prasurey yang peneliti lakukan. Usaha fashion di The Hallway Space seperti tren usaha fashion misalnya bila ada pakaian baru yang unik maka banyak konsumen yang datang kesana namun hanya beberapa usaha yang dapat mempertahankan volume penjualan yang sesuai target. Namun, banyak juga usaha yang hanya awal saja produknya laku, untuk selanjutnya penjualan dibawah target. Dalam produk tersebut sudah unik dan kreatif pengusaha untuk menarik konsumen, hal inilah yang menarik peneliti karena ini merupakan permasalahan pada The Hallway Space Bandung.

Keterampilan dalam berwirausaha pun menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan karena tanpa adanya keterampilan

dari seorang karyawan maupun seorang pelaku usaha maka tidak akan ada pelanggan sehingga volume penjualan menurun dan keberhasilan kewirausahaan sulit dicapai. Pada usaha fashion di The Hallway Space Bandung terdapat beberapa stand yang lama dalam menyajikan produk, tidak tepat waktu buka toko dan beberapa karyawan tidak sabar dalam melayani konsumen, kurang ramahnya karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen maupun pelanggan. Hal ini menjadi permasalahan yang menjadi penilaian para pelanggan. Untuk itu para pengusaha harus dapat menerapkan keterampilan agar tercipta keunggulan dari usaha fashion yang dijalankannya dan terus menarik minat pelanggan agar tetap membeli produk yang ditawarkan sekaligus mempertahankan dan menambah konsumen baru.

Dalam perkembangan bisnis, terutama bisnis fashion yang menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan untuk dijalankan, karena fashion adalah kebutuhan pokok semua manusia. Sebagai usaha yang menjual fashion, tentu mengharapkan kepuasan pelanggan dapat dicapai secara optimal. Namun, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut. Diantaranya adalah keterampilan dan pengalaman yang terdapat didalam suatu usaha serta menjadi faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan.

Dari apa yang disampaikan sebelumnya, kemudian peneliti melakukan survey awal pada The Hallway Space Bandung melalui kuisioner dan juga wawancara untuk dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Dalam proses survey tersebut peneliti memiliki sebanyak 32 responden dalam mendukung penelitian yang disajikan dalam table berikut ini:

Tabel 1.1**Survey Awal Kewirausahaan**

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Pelaku Usaha memiliki laba yang memuaskan	40,625% (13)	59,375% (19)
Pelaku usaha memiliki produktifitas dan efisiensi usaha yang baik	46,875% (15)	53,125% (17)
Daya saing pelaku usaha tergolong sehat	71,875% (23)	28,125% (9)
Diimplementasikannya kompetensi dan etika usaha	62,5% (20)	37,5% (12)
Terbentuknya citra yang baik di lingkungan pembeli	50% (16)	50% (16)

Dari survey awal kewirausahaan yang telah dilakukan pada The Hallway Space Bandung ditemukan bahwa sebanyak 32 responden lebih didominasi dengan pelaku usaha yang memiliki laba yang kurang memuaskan. Hal tersebut didukung oleh berbagai macam faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan usaha UMKM itu sendiri, diantaranya adalah adanya daya saing pelaku usaha yang tidak tergolong sehat dan tidak adanya kompetensi dan etika usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM di The Hallway Space Bandung. Dimana hal tersebut dapat memberikan pengaruh pada produktifitas dan efisiensi usaha yang belum maksimal dimiliki oleh para pelaku usaha di The Hallway Space Bandung yaitu sebanyak 17 pelaku usaha yang mengisi kusioner. Namun pada penerapan persaingan para pelaku usaha ini lebih cenderung memiliki kompetensi dan etika usaha. Yang pada akhirnya

kompetensi dan etika tersebut dapat memberikan citra yang baik kepada sesama pelaku usaha ataupun konsumen.

Tabel 1.2
Survey Awal Keterampilan Wirausaha

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Pelaku Usaha memiliki pengetahuan mengenai usaha yang dijalani	71,875% (23)	28,125% (9)
Pelaku usaha memiliki keterampilan dalam menerapkan usaha	62,5% (20)	37,5% (12)
Pelaku usaha mampu memperkirakan minat di masa depan	46,875% (15)	53,125% (17)
Pelaku usaha memiliki pengetahuan mengenai pasar atau pangsa pasar	62,5% (20)	37,5% (12)
Pelaku usaha menggunakan teknologi untuk membantu pengembangan usaha	34,375% (11)	65,625% (21)

Pada survey keterampilan wirausaha peneliti melihat bahwa pelaku usaha di The Hallway Space Bandung memiliki pengetahuan mengenai usaha yang sedang dijalani, hal tersebut terbukti dari hasil kuisisioner sebesar 71,875% atau sebanyak 23 orang dari sampel. Namun di dalam waktu yang bersamaan sebanyak 53,125% atau 17 orang tidak dapat memperkirakan minat konsumen di masa depan. Hal tersebut bisa disebabkan karena kurangnya konsumen di dalam pasar, sehingga para pelaku usaha tidak dapat memaksimalkan pangsa yang telah dituju sejak awal pembuatan UMKM. Selanjutnya juga para pelaku usaha cenderung belum secara maksimal memanfaatkan teknologi dalam

melakukan usaha UMKMnya, dengan kata lain para pelaku usaha memiliki sistem penjualan yang konvensional. Dengan demikian presentase mengenai ramalan minat konsumen tidak bisa didapatkan, karena pada dasarnya saat ini penggunaan teknologi menjadi salah satu upaya yang dilakukan untuk memaksimalkan komunikasi diantara penjual dan konsumen.

Tabel 1.3

Survey Awal Pengalaman Usaha

Pertanyaan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Pelaku Usaha memiliki pengalaman usaha terdahulu	81,25% (26)	18,75% (6)
Pelaku usaha memiliki kemampuan untuk memasarkan produk	62,5% (20)	37,5% (12)
Pelaku usaha mampu memproduksi barangnya sendiri	56,25% (18)	43,75% (14)
Pelaku usaha memiliki manajemen keuangan yang baik	37,5% (12)	62,5% (20)

Dari hasil survey mengenai pengalaman usaha, responden yang melakukan usaha di The Hallway Space Bandung tidak memiliki manajemen keuangan yang baik yaitu sebesar 62,5% atau sebanyak 20 sampel yang telah dipilih. Sehingga dalam hal ini pengalaman usaha yang dimiliki oleh para pelaku usaha UMKM belum bisa dikatakan sebagai sebuah pengalaman yang baik. Manajemen keuangan dalam sebuah proses penjualan tentunya menjadi sebuah indikator dalam kemajuan usaha itu sendiri. Tanpa adanya manajemen keuangan yang baik, tentunya keberadaan UMKM terancam punah dan gulung

tikar. Dengan demikian para pelaku usaha harus mampu memiliki kemampuan untuk memasarkan produk, memproduksi barang sendiri dan juga melakukan manajemen yang lebih maksimal di dalam kegiatan usaha untuk dapat menghasilkan manajemen keuangan yang dapat dipertanggungjawabkan. Hal tersebut dilakukan untuk dapat tetap hidup di dalam pasar jual beli diantara penjual dan konsumen.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut dengan judul **“PENGARUH KETERAMPILAN WIRAUSAHA DAN PENGALAMAN USAHA TERHADAP KEBERHASILAN KEWIRAUSAHAAN DI THE HALLWAY SPACE BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti menemukan fenomena yang menjadi masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pelaku usaha di The Hallway Space Kosambi Bandung belum mendapatkan laba atau keuntungan yang memuaskan.
2. Pelaku usaha di The Hallway Space Kosambi Bandung belum memiliki produktivitas dan efisiensi yang baik.
3. Pelaku usaha di The Hallway Space Kosambi Bandung belum bisa melakukan prediksi minat konsumen di masa depan.
4. Pelaku usaha di The Hallway Space Kosambi Bandung belum menggunakan teknologi untuk membantu pengembangan bisnisnya.

5. Pelaku usaha di The Hallway Space Kosambi Bandung belum memiliki manajemen keuangan yang baik dalam menjalankan bisnisnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka pokok rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Keterampilan Wirausaha pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Pengalaman Usaha pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keberhasilan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
4. Seberapa besar pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi secara parsial maupun secara simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi yang diperlukan sesuai dengan uraian yang terdapat pada rumusan masalah mengenai Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. Selain itu di interpretasikan guna usulan penelitian pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dibedakan menjadi 2 tujuan yaitu, tujuan umum dan tujuan khusus:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh keterampilan dan pengalaman berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pada usaha fashion di The Hallway Space Bandung.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mencari:

- a. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Keterampilan Wirausaha pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
- b. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Pengalaman Usaha pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
- c. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Keberhasilan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.
- d. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan Kewirausahaan pada Pelaku Usaha The Hallway Space Kosambi.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan pelaku usaha dapat mengetahui pengaruh Keterampilan Wirausaha dan Pengalaman Usaha terhadap Keberhasilan kewirausahaan, kemudian nantinya dapat dijadikan bahan

pertimbangan dan evaluasi terhadap masalah yang dihadapi guna mengambil langkah yang bijaksana selanjutnya untuk tujuan pelaku usaha The Hallway Space Kosambi.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan pada dunia nyata berdasarkan fenomena yang terjadi, serta menambah cara berpikir dalam pengetahuan dan pengalaman, wawasan yang lebih luas dengan belajar sebagai peneliti dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.

2. Bagi Pembaca (Pihak Lain)

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat, guna mengetahui bagaimana fenomena yang terjadi dan bagaimana penyelesaiannya.

3. Bagi Pengembangan Ilmu

Sebagai bahan informasi bagi mahasiswa atau peneliti-peneliti lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut. Serta sebagai wujud dharma bakti kepada Universitas Komputer Indonesia pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen dengan Spesialisasi Manajemen Bisnis pada khususnya.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data penulis melakukan penelitian di The Hallway Space Kosambi yang terletak di dalam Pasar Tradisional Kosambil yang beralamat di Jl. Jendral Ahmad Yani No.221-223, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.5.2 Waktu Penelitian

Berikut ini akan disajikan table mengenai waktu pelaksanaan penelitian:

