

BAB I

PEDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM di Indonesia selalu menjadi *focus concern* baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah karena perusahaan-perusahaan kecil tersebut telah tersebar di berbagai penjuru negara dan memberikan kesempatan kerja yang potensial. Sektor industri kecil merupakan salah satu karakteristik keberhasilan dan pertumbuhan ekonomi bangsa yang dapat menghasilkan pembangunan dengan berbagai cara, menciptakan kesempatan kerja, memperluas angkatan kerja bagi urbanisasi, dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan (Dinas KUMKM Provinsi Jawa Barat, 2013:1).

Pemerintah memiliki peran sebagai regulator dan fasilitator yang menjembatani berbagai pihak yang terkait dengan kegiatan pengembangan usaha dalam negeri baik dalam skala mikro, kecil dan menengah serta usaha besar agar tercipta iklim usaha yang kondusif bagi seluruh pelaku usaha (Noya, 2014:25).

Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan penduduk terbanyak di Pulau Jawa, bahkan di Indonesia, sebesar 18.12 persen dari jumlah penduduk Indonesia. Pada tahun 2000 jumlah penduduk Jawa Barat sejumlah 35.724.093 jiwa dan meningkat menjadi 43.053.732 jiwa pada tahun 2010, dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1.90 persen (www.bps.go.id).

Dengan memanfaatkan potensi populasi penduduk Jawa Barat, maka UMKM pun diharapkan mampu meningkatkan daya saingnya di kawasan regional

maupun pasar dengan cakupan yang lebih luas lagi. Hal tersebut dilakukan untuk memberdayakan UMKM dalam menghadapi pemberlakuan AEC 2015 yang tentunya memiliki daya saing global yang lebih kuat. Peran pemerintah diharapkan sebagai komplementer untuk mendorong berbagai upaya peningkatan daya saing UMKM sehingga dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif serta akan memudahkan UMKM untuk meningkatkan daya saing baik perusahaan maupun produk yang dihasilkan (Susilo, 2010:76)

Mantan Menteri Koperasi dan UKM Syarief Hasan mengatakan bahwa persiapan Koperasi dan UKM (KUKM) Nasional untuk menghadapi MEA dapat dikatakan cukup baik. Sebagai persiapan, pemerintah telah melaksanakan beberapa upaya strategis dengan membentuk Komite Nasional Persiapan MEA 2015, yang berfungsi merumuskan langkah antisipasi serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan UKM mengenai pemberlakuan MEA pada akhir 2015. Adapun langkah-langkah antisipasi yang telah disusun Kementerian Koperasi dan UKM untuk membantu pelaku KUKM menghadapi era pasar bebas ASEAN, antara lain peningkatan wawasan pelaku KUKM terhadap MEA, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen usaha, peningkatan daya serap pasar produk KUKM lokal dan penciptaan iklim usaha yang kondusif (www.antaranews.com, 2014).

Pada kebanyakan UMKM di Indonesia, masalah yang dihadapi dalam menghadapi MEA 2015 nantinya antara lain adalah SDM pelaku UMKM, teknologi produksi, teknologi kemasan, standarisasi produk, *branding*, promosi dan pemasaran, dukungan akses modal, dan kurangnya edukasi masyarakat/pasar dalam negeri mengenai MEA 2015 (m.kompasiana.com, 2014). Berdasarkan hasil

penelitian Hamid dan Susilo (2011) mengenai strategi pengembangan UMKM yang mengemukakan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya dilakukan oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung oleh semua *stakeholder*. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM.

Lebih lanjut hasil penelitian yang dilakukan oleh Hamid dan Susilo (2011) menemukan bahwa beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Berkaitan dengan masalah yang dihadapi UMKM, maka diperlukan strategi pengembangan yang tepat untuk mengatasinya.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sriyana (2010) mengenai UMKM mengemukakan bahwa secara garis besar beberapa pilihan strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM antara lain adalah: (1) Kemudahan dalam akses permodalan; (2) Bantuan pembangunan prasarana; (3) Pengembangan skala usaha; (4) Pengembangan jaringan usaha, pemasaran dan kemitraan usaha; (5) Pengembangan sumber daya manusia; (6) Peningkatan akses teknologi; dan (7) Mewujudkan iklim bisnis yang lebih kondusif.

Terhitung sejak tahun 2012, jumlah UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 56.534.592 unit usaha dan mempekerjakan tenaga kerja sebanyak 107.657.509

orang serta memberikan kontribusi terhadap pembentukan PDB (*Product Domestic Bruto*) sebesar 59,08% (Kementrian KUKM, 2012). Sedangkan pada tingkat provinsi, populasi UMKM terbesar berada di Jawa Barat, yaitu lebih dari 9.000.000 unit. UMKM di Jawa Barat mampu menyerap 97% tenaga kerja dan berkontribusi hingga lebih dari 60% terhadap PDRB (*Product Domestic Regional Bruto*) Jabar. (diskumkm.jabarprov.go.id, 2013).

Berdasarkan Renstra Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung Tahun 2013 - 2018, pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung menetapkan visi pembangunan, yaitu: “Terwujudnya Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan yang Berdaya Saing Guna Mewujudkan Pembangunan Ekonomi yang Kokoh, Maju dan Berkeadilan.” Adapun makna dari visi tersebut adalah merupakan kemampuan untuk melihat perkembangan yang akan terjadi di masa yang akan datang dengan upaya untuk terus melakukan pengembangan dan peningkatan baik kapasitas maupun kapabilitas seluruh potensi KUKM dan Perindustrian Perdagangan agar memiliki daya saing yang kuat dalam mengarungi persaingan pembangunan yang semakin ketat.

Perkembangan industri kreatif di Kota Bandung menunjukkan peningkatan yang cukup memuaskan. Kota Bandung memiliki kawasan produksi yang strategis diantaranya yakni 33 sentra industri kreatif yang dimiliki. Diantaranya terdapat tujuh sentra kawasan industri memiliki potensi yang berada pada lokasi strategis, yaitu Sentra Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut, Sentra Boneka Sukamulya, Sentra Rajutan Binong Jati, Sentra Tekstil Cigondewah, Sentra Sablon Kaos Suci, Sentra

Jeans Cihampelas, serta Sentra Tahu dan Tempe Cibuntu (www.sentraindustribandung.com).

Kawasan Cigondewah merupakan salah satu kawasan pemukiman, sekaligus dikenal sebagai kawasan industri tekstil sejak tahun 1990-an, yang tumbuh seiring dengan terjadinya pengembangan wilayah Kota Bandung ke daerah selatan (www.bedanews.com, 2013).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Ohoitumur (2010) bahwa secara geografis, kawasan Cigondewah memiliki bentuk wilayah datar sampai dengan berombak dengan ketinggian tanah berkisar 680-690 meter di atas permukaan air laut. Dengan luas 168.182 M². Termasuk ke Kecamatan Bandung Kulon Kelurahan Cigondewah Kaler, Kelurahan Cigondewah Kidul dan Cigondewah Rahayu serta wilayah pengembangannya adalah wilayah Tegalega.

Lahirnya sentra industri tekstil Cigondewah berawal dari usaha pengolahan limbah tekstil dengan mengumpulkan potongan-potongan kain yang sudah tidak terpakai yang dilakoni warga pada tahun 1990-an dan dijual. Mulanya mereka hanya memasok kain di kawasan industri Soreang Kab. Bandung untuk kebutuhan industri rumah tangga yang kemudian diajakan di pasar tanah abang, Jakarta. Seiring berjalannya waktu kawasan ini tidak saja menjadi tempat buruan pengusaha tekstil, namun juga menjadi tempat berbelanja bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (www.bedanews.com, 2013).

Terletak di jalan Cigondewah, Kecamatan Bandung Kulon, Bandung. Fokus sentra industri ini adalah memproduksi berbagai jenis bahan untuk pakaian. tas,

boneka dan lain-lain. Tercatat kurang lebih 313 unit usaha tekstil yang berada di kawasan sentra industri tekstil Cigondewah. Dengan omzet mencapai Rp. 401.650.000/hari serta menyerap tenaga kerja sebanyak 567 orang. Keunggulan yang ditawarkan sentra industri tekstil Cigondewah adalah harga jual yang relatif lebih murah.

Dengan kondisi inilah Pemerintah Kota Bandung menjadikan kawasan Cigondewah menjadi kawasan wisata ekonomi. Juga di daerah Cigondewah ini tidak hanya berkembang penjualan sentra kain murah saja tetapi berkembang pula usaha boneka, pembuatan seprai, pembuatan topi, industri konveksi dan bisnis yang berbahan dari kain (www.sentraindustri.bandung.com, 2012)

Alasan penulis memilih tempat penelitian di sentra kain cigondewah karena sentra kain cigondewah merupakan salah satu sentra unggulan dan merupakan salah satu pasar kain terbesar Jawa Barat, selain Pasar Baru dan Pasar Tegal Gubug di Cirebon. Reputasi Cigondewah mulai dikenal publik sejak awal dekade 1990'an, berkat persediaan kain yang banyak, selain itu berbagai jenis kain juga ada di sentra kain cigondewah seperti ayon, katun, wolvis, velfet, chiffon, bubble, satin, mademme dan lainnya.

Kendala utama yang ada di sentra kain cigondewah adalah pelaku usaha masih kesulitan dalam hal mengatasi persaingan yang terjadi di pasar untuk bersaing dari segi kualitas, harga, dan kesulitan dalam mengambil peluang-peluang yang ada. Persaingan yang ada yaitu dari persaingan produk yang dijual relatif

sama, selain itu, kendala berikutnya ialah tidak adanya keunikan tersendiri terhadap produk yang dijual.

Adapun rincian ketujuh sentra industri dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini meliputi jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja serta kapasitas produksi per-tahun pada masing-masing sentra industri.

Tabel 1. 1 Kawasan Industri Utama Kota Bandung

No.	Sentra Industri	Unit Usaha (unit)	Tenaga Kerja (orang)	Kapasitas Produksi per-Tahun (produk)
1	Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut	577	3008	3.114.022
2	Boneka Sukamulya	17	212	768.940
3	Rajutan Binong Jati	293	2143	852.200
4	Tekstil Cigondewah	313	567	-
5	Sablon Kaos Suci	409	2721	177.300
6	Jeans Cihampelas	59	352	-
7	Tahu dan Tempe Cibuntu	408	1518	2.160.000.000

Sumber :Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat

Tabel 1.1 di atas menunjukkan unit usaha, tenaga kerja dan kapasitas produksi per-tahun ketujuh Sentra Industri Bandung. Sentra Industri Sepatu dan Olahan Kulit Cibaduyut memiliki 577 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 3008 orang, Sentra Industri Boneka Sukamulya memiliki 17 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 212 orang, Sentra Industri Rajut Binong Jati memiliki 293 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 2143 orang, Sentra Industri Tekstil Cigondewah memiliki 313 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 567 orang, Sentra Industri Sablon kaos suci memiliki 409 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 2721 orang, Sentra Industri Jeans Cihampelas memiliki 59 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 352 orang, dan

tahu dan tempe cibuntu memiliki 408 unit usaha dan tenaga kerja sebanyak 1518 orang.

Kota Bandung sering kali disebut Paris Van Java, karena Kota ini melahirkan banyak ide-ide kreatif dalam menciptakan tren mode dan fashion yang inovatif di Indonesia. Salah satu sentra industri yang menjadikan Bandung sebagai kota kreatif adalah industri tekstil yaitu Sentra Industri Sablon Kaos Suci. Sentra Industri Sablon Kaos Suci dengan jangkauan pasar yang luas dan dikenal diseluruh kota di Indonesia (Oscar, 2014:5).

Untuk lebih memperjelas penelitian ini maka dilakukan penyebaran kuesioner awal kepada 30 responden yang ada di sentra kain cigondewah dengan tujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Survei Industri Sentra Kain Cigondewah). Hal tersebut dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1. 2 Survey Awal Variabel (Y) Keberhasilan Usaha

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persen tase
1	Apakah anda mengalami peningkatan dalam penjualan pada usaha anda?	10	33,3%	20	66,7%
2	Apakah anda mengalami peningkatan keuntungan dalam usaha anda?	18	60%	12	40%
3	Apakah anda mengalami peningkatan pendapatan pada usaha anda?	14	46%	16	54%

Berdasarkan survey awal diatas diperoleh bahwa 66,7% pelaku usaha tidak selalu mengalami peningkatan dalam penjualan usahanya. Hal ini mengindikasi

bahwa pelaku usaha mengalami volume penjualan yang tidak selalu naik. Selain itu dikarenakan pelaku usaha kurang dalam melakukan inovasi, memperluas pasar, dan keterbatasan sumber modal yang ada. Didukung pula dengan kurangnya menjalin kerja sama dengan pelaku usaha lain, kurangnya membuka kesempatan pelaku usaha lain untuk ikut berkolaborasi dengan usahanya karena tetap percaya diri bahwa usahanya akan terus maju walaupun tanpa adanya campur tangan pelaku usaha lain. Dari survey awal diatas diperoleh 54% tidak selalu mengalami peningkatan pendapatan pada usahanya. Hal ini mengindikasi bahwa pendapatan para pelaku usahanya tidak selalu meningkat melainkan tidak menentu naik maupun turunnya, ditentukan juga dengan adanya penurunan atau peningkatan dari jumlah pelanggan ataupun jumlah transaksi, selain itu kurangnya wawasan ataupun kemampuan yang dimiliki pelaku usaha untuk mendukung peningkatan pendapatan seperti kurangnya cepat tanggap dalam melihat peluang, kurang memanfaatkan relasi yang dimiliki dan kurang menyadari akan lingkungan yang selalu berubah yang akan berdampak pada usahanya para pelaku usaha masih beranggapan bahwa hal yang dilakukan pada masa lalu dan saat ini masih pada situasi dan kondisi yang sama ini yang dapat berdampak pada peningkatan penjualan karena kurangnya pengetahuan akan lingkungan..

Dari fenomena di atas penulis melakukan survey awal dengan melakukan pembagian kuesioner secara langsung kepada 30 pelaku usaha di sentra kain cigondewah mengenai variable Keberhasilan Usaha.

Tabel 1. 3 Survey Awal Variabel (X1) Pengetahuan Kewirausahaan

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda telah mempersiapkan langkah-langkah untuk mengantisipasi resiko yang mungkin terjadi	20	66,7%	10	33,3%
2	Apakah anda ingin berinovasi pada ide bisnis orang lain untuk menjadikannya sebuah peluang	18	60%	12	30%
3	Apakah anda dapat mempercayakan orang lain untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada pada usaha anda?	9	30%	21	70%

Berdasarkan survey awal mengenai pengetahuan kewirausahaan pada Sentra Kain Cigondewah diatas diperoleh bahwa 70% sebagian besar para pelaku usaha tidak dapat mempercayakan orang lain yang mampu dalam bidangnya untuk menyelesaikan masalah yang ada pada usahanya, dikarenakan kapasitas setiap orang itu berbeda dalam memecahkan masalah dalam sebuah usaha.

Dari fenomena di atas penulis melakukan survey awal dengan melakukan pembagian kuesioner secara langsung kepada 30 pelaku usaha di sentra kain cigondewah mengenai variable pengetahuan kewirausahaan.

Tabel 1 . 4 Survey Awal Variabel (X2) Keterampilan Wirausaha

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda memiliki keterampilan mengoperasikan komputer seperti desain,microsoft office dll ?	20	66,7%	10	33,3%
2	Apakah anda dapat berkomunikasi dan bernegosiasi dengan baik?	12	30%	18	60%
3	Apakah anda mampu membuat suatu konsep sebelum menjalankan usaha?	18	60%	12	40,7%
4	Apakah anda dapat mengatur dan mengelola perusahaan dengan baik??	13	43,3%	17	56,7%
5	Apakah anda mampu membuat jadwal secara teratur agar dalam berwirausaha menjadi produktif	16	53,3%	11	36,7%

Berdasarkan survey awal mengenai pengetahuan kewirausahaan pada Sentra Kain Cigondewah diatas diperoleh bahwa 60% sebagian besar para pelaku usaha tidak dapat anda dapat berkomunikasi dan bernegosiasi dengan baik. Hal ini mengindikasikan bahwa para pelaku usaha kurang baik dalam hal berkomunikasi dan bernegosiasi dengan para konsumen. Komunikasi adalah elemen yang penting untuk membentuk kehidupan bersosial yang lebih baik. Dalam sebuah bisnis, komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan pencapaian usaha. Dengan komunikasi yang baik, pebisnis bisa menjual produk yang dimiliki dengan lebih baik dan juga bisa menghindari terjadinya kesalahpahaman antar kedua belah pihak. Dalam kegiatan bisnis, seperti pemasaran pastinya membutuhkan komunikasi yang baik terutama kepada konsumen agar produk yang dimiliki bisa diterima sepenuhnya.

Dari fenomena di atas penulis melakukan survey awal dengan melakukan pembagian kuesioner secara langsung kepada 30 pelaku usaha di sentra kain cigondewah mengenai variable Keterampilan Wirausaha.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan menyebarkan kuesioner awal kepada 30 responden/pelaku usaha didapatkan permasalahan di Sentra Kain Cigondewah mengenai **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kain Cigondewah Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah dari latar belakang penelitian yang penulis lakukan dan mendapatkan hasil identifikasi sebagai berikut :

1. Tidak adanya peningkatan modal usaha. Diikarenakan para pelaku usaha membutuhkan modal eksternal (modal yang berasal dari luar perusahaan) karena modal ini bersifat tidak terbatas dan menjadi pilihan para pelaku usaha ketika modal utama tidak mencukupi jumlah produksi yang tidak bertambah secara terus menerus
2. Pelaku usaha kesulitan dalam menambah unit usaha baru. Diikarenakan para pelaku usaha mengalami keterbatasan modal untuk menambah unit usaha baru.

3. Pelaku usaha belum bisa menjangkau pasar luar seperti diluar kota maupun diluar negeri. Hal ini disebabkan kurangnya pengetahuan dalam dunia digital yang setiap harinya setiap maju dan canggih. Dikarenakan dunia digital mempunyai pengaruh yang sangat tinggi terhadap perkembangan dunia usaha saat ini.
4. Sebagian besar para pelaku usaha tidak dapat mempercayakan orang lain yang mampu dalam bidangnya untuk menyelesaikan masalah yang ada pada usahanya, dikarenakan kapasitas setiap orang itu berbeda dalam memecahkan masalah dalam sebuah usaha.
5. Sebagian besar pelaku usaha banyak dari mereka yang belum melakukan administrasi penjualan menggunakan sistem komputerisasi, masih dikerjakan secara manual sehingga rentan akan kesalahan.
6. Kurangnya kemampuan analisa pasar dalam menciptakan peluang secara akurat belum memadai, sehingga banyak para pelaku usaha yang rentan mengalami kerugian karena terlambatnya proses penjualan produk yang telah mereka produksi atau yang mereka sediakan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Pengetahuan Kewirausahaan pada Sentra Kain Cigondewah.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keterampilan Wirausaha pada Sentra Kain Cigondewah.

3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Sentra Kain Cigondewah.
4. Seberapa besar pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha baik Secara parsial maupun secara simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data atau keterangan dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas oleh penulis yaitu untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Kain Cigondewah Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Pengetahuan Kewirausahaan pada Senra Kain Cigondewah Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Keterampilan Wirausaha pada Senra Kain Cigondewah Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada Senra Kain Cigondewah Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Kain di Cigondewah Bandung secara parsial maupun secara simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan.

Bagi perusahaan diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang dapat membangun serta memajukan perusahaan.

2. Pihak Terkait.

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan bahan pertimbangan yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan usaha.

3. Lain-lain.

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

1.4.2 Kegunaan Akademis

- a. Pengembangan Ilmu Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembanding antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diharapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak.
- b. 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 referensi khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Pengetahuan Kewirausahaan dan

