

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kini Indonesia semakin pesat perkembangan dan pertumbuhan perekonomiannya. Sudah banyak perusahaan – perusahaan besar di negara ini, maupun perusahaan usaha menengah kecil dan mikro. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti perusahaan UMKM itu sendiri, dengan banyaknya usaha – usaha baru, di era ini menjadikan banyaknya pesaing bisnis yang tidak dapat dihindari. Kini UMKM menjadi suatu hal yang harus menjadi perhatian utama dalam membantu mewujudkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Di Indonesia, UMKM memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian Negara, karena sektor UMKM adalah penyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) terbesar, paling banyak menyerap lapangan kerja, serta relative tahan terhadap krisis keuangan (Kompas.com).

Menurut Hudha Sakti (2006) sektor UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dengan tingkat Pendidikan dan keterampilan yang relative rendah diperkirakan mencapai 79,04 juta tenaga kerja dari total angkatan kerja yang bekerja. Aktivitas bisnis UMKM mengisi semua sektor ekonomi seperti pertanian, perdagangan, jasa, industri dan sebagainya. Dalam pembentukan PDB kontribusi UMKM sangat signifikan mencapai 56,72% dari total PDB, karena produksinya pun

lebih banyak memanfaatkan bahan baku lokal yang mana jaringan UMKM memperkuat perekonomian lokal maupun nasional.

UMKM atau usaha mikro kecil dan menengah menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 adalah usaha produktif orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana diatur dalam undang-undang. Sesuai dengan namanya UMKM dibagi menjadi tiga jenis, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Proses globalisasi juga mendorong banyaknya perseorangan atau individu maupun berkelompok membangun usaha baru, yang memunculkan daya saing bisnis dimana daya saing bisnis ini bukan suatu hal yang mudah untuk dilewati. Para pengusaha pemula maupun berpengalaman saat ini sedang marak-maraknya membuat usaha kafe khususnya di Purwakarta. Karena kota Purwakarta sendiri dihimpit oleh kota-kota besar yang mana sudah banyak sekali kafe-kafe di kota besar dan di bandingkan dengan Purwakarta belum memiliki banyak usaha kuliner, maka disini merupakan tempat yang memiliki peluang usaha untuk membangun kafe-kafe tersebut. Hingga saat ini sudah banyak bermunculan kafe-kafe baru di Purwakarta, dan menjadi salah satu tempat favorite dan daya tarik masyarakat lokal maupun dari luar Purwakarta. Sehingga penulis sangat kuat ingin melakukan penelitian mengenai kafe yang ada di Purwakarta khususnya di Kecamatan Purwakarta, dan meneliti seberapa besar daya saing bisnis UMKM kafe dengan melihat variabel lainnya seperti motivasi berwirausaha dan pemanfaatan e commerce yang memakai aplikasi seperti shopee.

Alasan penulis ingin mengambil variabel motivasi berwirausaha dikarenakan, banyaknya pengusaha kafe di Purwakarta yang baru bermunculan dan tidak sedikit dari pemilik kafe tersebut merupakan seorang pemula atau *beginner*. Selanjutnya, alasan penulis mengambil variabel pemanfaatan e commerce dengan penggunaan aplikasi shopee adalah salah beberapa fitur yang didalamnya terdapat fitur uang elektronik seperti Shopeepay yang berfungsi sebagai *e wallet* dan sebagai alat transaksi digital karena dapat transaksi dengan cara scan barcode langsung kepada mitra yang bergabung, selain itu dalam E Commerce Shopee terdapat fitur shopee food, yang saat ini para UMKM kafe yang ada di Purwakarta merangkap usahanya secara online dan offline. Dalam fitur shopee food tersebut, UMKM dapat melakukan jual beli makanan maupun minuman yang dijual, sehingga meningkatkan keefektivitasan usaha atau bisnis yang sedang berjalan. Pada saat ini penggunaan fitur tersebut sudah tidak asing dan banyak usaha-usaha yang memanfaatkan e commerce tersebut. Menurut Linna Ismawati (2021), penggunaan elektronik uang sebagai metode pembayaran digital umumnya digunakan karena pesatnya perkembangan teknologi yang menuntut manusia untuk mengikuti perkembangan zaman. Variabel yang utama adalah daya saing bisnis, yang sangat cocok sekali dijadikan peneitian dalam studi kasus UMKM kafe yang ada di Purwakarta, seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa di Purwakarta banyak bermunculan usaha-usaha kafe yang baru bermunculan.

Dikatakan UMKM karena lazimnya dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau asset serta jumlah karyawan. Omzet yang dimaksud adalah

setahun paling banyak 300 juta rupiah dan jumlah asset maksimal 50 juta rupiah (Kompas). Berdasarkan data yang diperoleh mengenai pengusaha-pengusaha tempat makan sesuai unit atau kecamatan di Kabupaten Purwakarta, berikut adalah data tempat makan atau kafe di Kabupaten Purwakarta :

Tabel 1.1

Jumlah Unit Usaha Tempat Makan/Kafe di Kabupaten Purwakarta Tahun 2020

Wilayah Kecamatan	Jumlah Tempat Makan
Jatiluhur	10
Sukasari	2
Maniis	-
Tegalwaru	1
Plered	10
Sukatani	7
Darangdan	4
Bojong	4
Wanayasa	12
Kiarapedes	3
Pasawahan	8
Pondoksalam	11
Purwakarta	51
Babakancikao	7
Campaka	10
Cibatu	5
Bungursari	13

Sumber : Dinas Kepemudaan Olahraga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta

Salah satu jenis usaha yang saat ini sedang marak adalah usaha *Kafe*, maka dari itu penulis ingin meneliti UMKM yang jenis usahanya merupakan *Kafe* yang bertempat di Kecamatan Purwakarta. Keberhasilan usaha *Kafe* dalam persaingan bisnis menuntut untuk kreatif dalam berinovasi hingga promosi juga diimbangi dengan produk, harga, dan tempat yang menarik bagi konsumen (Jurnal EMBA Vol.8 No3 hlm. 379-388). Sudah sangat banyak *Kafe* khususnya di Kecamatan

Purwakarta, di pusat kota maupun di daerah-daerah nya seperti data yang diperoleh sebelumnya. Namun, peneliti ingin meneliti *Kafe* yang ada di Kecamatan Purwakarta sebanyak 31 kafe. Daftar usaha *Kafe* di Kecamatan Purwakarta penulis data di tabel bawah ini.

Tabel 1.2

Daftar Usaha Kafe di Kecamatan Purwakarta

No.	Nama Usaha <i>Kafe</i>	Tempat
1	Yello	Kecamatan Purwakarta
2	Pancong	Kecamatan Purwakarta
3	Kedai KoKa	Kecamatan Purwakarta
4	Kakota	Kecamatan Purwakarta
5	Two Element	Kecamatan Purwakarta
6	Stasiun Kopi Purwakarta	Kecamatan Purwakarta
7	Djajan Café	Kecamatan Purwakarta
8	Heyho	Kecamatan Purwakarta
9	The Sunday Café	Kecamatan Purwakarta
10	WKWK Food and Drink	Kecamatan Purwakarta
11	Follow me!	Kecamatan Purwakarta
12	Nafa Café	Kecamatan Purwakarta
13	Callabar Café	Kecamatan Purwakarta
14	W.H.O	Kecamatan Purwakarta
15	D'Fez	Kecamatan Purwakarta
16	Ohim	Kecamatan Purwakarta
17	Cangkir Pertama	Kecamatan Purwakarta
18	Oppa Café	Kecamatan Purwakarta
19	Hashtag Café	Kecamatan Purwakarta
20	Ngawangkong	Kecamatan Purwakarta
21	Salabintana Café	Kecamatan Purwakarta
22	Playlist Café	Kecamatan Purwakarta
23	Hide and seek Purwakarta	Kecamatan Purwakarta
24	Hai Space	Kecamatan Purwakarta
25	Yuri House	Kecamatan Purwakarta
26	Kronologi <i>Kafe</i>	Kecamatan Purwakarta
27	Balcon Café	Kecamatan Purwakarta
28	Sunmore Café	Kecamatan Purwakarta
29	+62 Café	Kecamatan Purwakarta
30	Seruni Café	Kecamatan Purwakarta
31	Cafe Rider	Kecamatan Purwakarta

Sumber : Data yang diperoleh dari survei awal

Demi keberlangsungan penelitian skripsi ini penulis membuat survei awal untuk melihat data sementara yang akan penulis teliti dengan melakukan survei awal yang penulis buat berbentuk kuisisioner yang diisi oleh 31 pelaku usaha *Kafe* di Kecamatan Purwakarta, mengenai daya saing bisnis.

Menurut Z. Heflin Frinces (2011:60), daya saing diartikan sebagai kekuatan atau kemampuan dan keunggulan yang dibangun dari potensi dan sumber daya yang berasal dari dalam dan luar organisasi secara terencana dan sistematis untuk melakukan perlawanan atas adanya potensi laten atau nyata mengganggu, menggeser, melawan dan atau memusnahkan posisi, keberadaan dan eksistensi pihak yang akan disaingi. Berdasarkan definisi di atas, bahwa daya saing adalah kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing atau memberi nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya. Hasil kuisisioner dari survei awal pun sebagai berikut :

Tabel 1.3

Survei Awal Daya Saing Bisnis pada Kafe di Kecamatan Purwakarta

No	Pertanyaan	5Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah harga produk anda bersaing dengan <i>Kafe</i> lainnya?	23	74,1%	8	25,8%
2	Apakah kualitas produk dijadikan daya saing bisnis pada <i>Kafe</i> yang anda miliki ?	28	90,3%	3	9,6%
3	Apakah anda memiliki berbagai macam produk dan dapat beradaptasi cepat dengan konsumen?	15	48,3%	16	51,6%
4	Apakah anda terus meningkatkan kemampuan kompetitif anda dalam berbisnis?	29	93,5%	2	6,4%

Sumber : data yang diolah setelah survei awal

Berdasarkan hasil survei awal pada 31 responden pelaku usaha kafe di Kecamatan Purwakarta pada tabel diatas dapat diketahui pada variabel Daya Saing Bisnis penulis melihat adanya permasalahan yaitu pada poin nomor 1 karena adanya persaingan harga antara kafe di kecamatan Purwakarta. Adanya persaingan harga dikarenakan bahan utama dari sebagian kafe diambil dari luar kota yang mana akan jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli di Purwakarta. Masalah kedua muncul pada poin ke 3 yang mana sebagian besar kafe di purwakarta tidak memiliki berbagai macam produk dan cepat beradaptasi. Seharusnya kafe terus kreatif mengikuti perkembangan zaman yang tidak monoton.

Selain hal diatas agar tercapainya kesuksesan sebuah usaha kafe dibutuhkan motivasi yang kuat. Dimana motivasi tersebut merupakan dorongan dan semangat yang dapat membangun seorang pelaku usaha agar dapat menjalankan UMKM. Pelaku usaha pun harus melihat apa yang melatarbelakangi mereka membangun sebuah UMKM dan harus memiliki tekad atau motivasi yang kuat dalam menjalankan suatu UMKM. Motivasi ini diberikan kepada orang lain seperti bawahan maupun pengikutnya.

Motivasi berwirausaha didefinisikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis (Zimmerer dalam Budiati, 2012:91). Dari penjelasan tersebut penulis melakukan survei awal dengan membagikan kuisisioner

kepada 31 responden pelaku usaha UMKM pada usaha *Kafe* di Kecamatan Purwakarta dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.4

Survei Awal Motivasi Berwirausaha terhadap Daya Saing Bisnis pada Kafe di Purwakarta

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah alasan anda mendirikan usaha <i>Kafe</i> karena anda memiliki keinginan dalam diri anda untuk berwirausaha?	25	80,6%	6	19,3%
2	Apakah anda memotivasi pegawai agar lebih tekun dalam bekerja?	11	35,4%	20	64,5%
3	Apakah anda siap mengambil resiko apabila usaha anda tidak berjalan dengan lancar?	14	45,1%	17	54,8%
4	Apakah alasan anda mendirikan <i>Kafe</i> karena adanya potensi dalam berwirausaha ?	19	61,2%	12	38,7%

Sumber : data yang diolah setelah survei awal

Berdasarkan hasil survei awal pada 31 pelaku usaha kafe di Kecamatan Purwakarta diatas mengenai Motivasi Berwirausaha. Terdapat masalah yaitu pada poin nomor 2 yang mana kurangnya memotivasi pegawai agar lebih tekun dalam bekerja. Kemudian terdapat masalah pada poin nomor 3 pelaku usaha kafe di Kecamatan Purwakarta tida siap mengambil resiko. Hal ini menunjukkan motivasi berwirausaha pada usaha kafe di Purwakarta masih krang.

Selain pengaruh motivasi berwirausaha, variabel lainnya dalam penelitian ini adalah mengenai pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee). Dengan perkembangan zaman saat ini juga Indonesia khususnya untuk pelaku UMKM harus

follow the trend atau mengikuti tren yang ada, seperti halnya para pelaku UMKM ini diuntut globalisasi dan tidak dapat menghindari globalisasi itu sendiri. Perkembangan zaman pun semakin modern, saat ini *E Commerce* sudah tidak asing lagi. Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000 dalam M Suyanto, 2003).

Banyak pelaku usaha maupun masyarakat umum yang menggunakan *E Commerce*, tidak memandang usia dan tidak memakan waktu untuk menggunakannya. Banyak sekali anak kecil, remaja hingga orang dewasa yang menggunakan *platform* tersebut. *Platform online* ini sangat mudah untuk dimiliki, dengan hanya memiliki *handphone*, tablet, maupun laptop yang terhubung ke internet semua orang bisa mengunduh dan memilikinya. Dengan adanya *E Commerce* tersebut, semua orang termasuk pelaku bisnis dapat dengan mudah memasarkan produk mereka juga terjangkau ke seluruh Indonesia dan untuk konsumen dapat dengan mudah membeli produk yang mereka inginkan dimanapun lokasi penjualnya, tanpa harus datang ke tempatnya yang dapat memakan waktu juga biaya yang banyak. Berikut dibawah ini merupakan survei awal *E Commerce* kepada pelaku usaha bisnis kafe :

Tabel 1.5

Survei Awal Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap Saya Saing Bisnis pada Kafe di Kecamatan Purwakarta

No	Pertanyaan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah pelaku usaha memahami	29	93,5%	2	6,4%

	pemanfaatan e Commerce dalam bisnis?				
2	Apakah penggunaan e commerce sebagai media transaksi efisien?	22	70,9%	9	29,03%
3	Apakah adanya kemudahan dalam pelayanan menggunakan e commerce ?	21	67,7%	13	41,9%
4	Apakah permintaan pelanggan frekuensinya semakin tinggi?	19	61,2%	12	38,7%

Sumber : data yang diolah setelah survei awal

Berdasarkan hasil survei awal pada 31 responden pelaku usaha kafe di kecamatan purwakarta tentang variabel Pemanfaatan e commerce, penulis menyimpulkan terdapat masalah pada poin nomor 3 karena masih sebagian yang merasakan adanya kemudahan dalam pelayanan menggunakan e commerce. Selain itu adanya masalah pada poin nomor 4 yang mana adanya frekuensi permintaan pelanggan yang tinggi hanya dirasakan oleh 19 responden saja, artinya masih banyak pula pelaku usaha yang merasakan adanya e commerce atau tidak ada, tidak mempengaruhi frekuensi permintaan pelanggan.

Adanya perkembangan zaman ini telah membawa perubahan yang baik dalam menjalankan UMKM di Indonesia yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Dan menyadarkan pelaku usaha bahwa menjalankan UMKM itu harus terus termotivasi, berinovasi dan kreatif juga mengikuti *trend* saat ini seperti menggunakan *E Commerce* untuk strategi bisnis nya melihat daya saing yang ketat. Dengan adanya latar belakang yang menarik seperti yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk meneliti beberapa hal mengenai **pengaruh motivasi berwirausaha dan Pemanfaatan *E Commerce* (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis, studi kasus Kafe di Kecamatan Purwakarta.**

1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN MASALAH

1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH

1. Adanya motivasi berwirausaha yang kurang pada pelaku bisnis seperti tidak siap menerima resiko.
2. Adanya sebagian pengusaha yang tidak memotivasi pegawainya
3. Adanya persaingan harga jual antara kafe di Purwakarta.
4. Adanya kekurangan pada pelayanan dalam penggunaan e commerce.
5. Adanya sebagian pelaku usaha yang tidak memiliki perbedaan frekuensi permintaan pelanggan setelah menggunakan e commerce.

1.2.2 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai motivasi berwirausaha pada UMKM Kafe di Kecamatan Purwakarta?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) pada UMKM Kafe di Kecamatan Purwakarta?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai daya saing bisnis pada UMKM Kafe di Kecamatan Purwakarta?
4. Berapa besar pengaruh motivasi berwirausaha dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis pada Kafe di Kecamatan Purwakarta ?

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 MAKSUD PENELITIAN

Maksud dari penelitian ini penulis ingin mengumpulkan data dan berbagai informasi yang terkait dengan pengaruh motivasi berwirausaha dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis, studi

kasus *Kafe* di Kecamatan Purwakarta. Serta penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama melakukan penelitian ini.

1.3.2 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden Motivasi Berwirausaha Kafe di Kecamatan Purwakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) Kafe di Kecamatan Purwakarta.
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden Daya Saing Bisnis Kafe di Kecamatan Purwakarta.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap Daya Saing Bisnis Kafe di Kecamatan Purwakarta.

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Berdasarkan maksud dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan yang baik bagi penulis maupun pembaca dalam menambah pengetahuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap pembaca maupun penulis.

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1.4.1 KEGUNAAN PRAKTIS

Secara praktis penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut:

- Bagi Penulis

Menambah wawasan langsung tentang pemahaman terhadap motivasi kewirausahaan dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis dalam manajemen bisnis. Sehingga kedepannya makalah ini dapat dikembangkan oleh penulis untuk memperbaiki kesalahan maupun kekurangan pada makalah ini.

- Bagi Dosen

Dosen dapat mengetahui dan menilai kemampuan mahasiswanya dalam menganalisis motivasi kewirausahaan dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis dalam manajemen bisnis.

- Bagi Pembaca

Memberikan wawasan mengenai motivasi kewirausahaan dan Pemanfaatan E Commerce (Aplikasi Shopee) terhadap daya saing bisnis dalam manajemen bisnis. Sehingga dapat dijadikan sebagai sumber referensi terhadap pembaca.. Sehingga pembaca dapat termotivasi untuk mengembangkan penelitian ini maupun membuat penelitian baru.

1.4.2 KEGUNAAN AKADEMIS

1.5 KEGUNAAN AKADEMIS

1. Memberikan sebuah pemikiran bagi perkembangan materi yang berhubungan dengan pengaruh strategi bisnis yang lebih baru sesuai dengan perkembangan akademik khususnya di Program Studi Manajemen Bisnis.
2. Memberikan ide dan pemikiran yang baru terhadap penelitian-penelitian baru tentang ada atau tiadanya pengaruh strategi bisnis dalam suatu usaha.

