

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah Negara yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi, potensi yang mulai di perhatikan dunia Internasional. Indonesia sebagai Negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara memiliki sejumlah karakteristik yang menempatkan negara ini dalam posisi yang bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang pesat. Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir ada dukungan kuat dari pemerintah pusat untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah), sekaligus meningkatkan peran industry manufaktur dalam perekonomian.

Sebagai orang Indonesia tentu pandangan dan aktivitas kita sehari-hari tak lepas dari berbagai layanan dan barang hasil kreasi pelaku UMKM. Dimulai dengan aktivitas pagi hari ketika sarapan kita mencari bubur atau kue-kue makanan ringan yang di jual UMKM, membeli kebutuhan pokok di warung dekat rumah adalah para pelaku UMKM. Adapun di era digital ini , bahkan ada pula yang tidak memiliki toko serta hanya memasarkan produknya secara online, dan belum memiliki perizinan usaha. Pelaku usaha dengan karakteristik tersebut dapat di temukan di sekitar kita baik itu saudara, tetangga, teman, atau kita sendiri. Dari Namanya UMKM yang memiliki kepanjangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, namun peranan UMKM dan kontribusinya terhadap perekonomian kita sangatlah besar.

Kabupaten Bandung merupakan salah satu kabupaten yang sangat tinggi akan potensi UMKM nya, maka dari itu Kabupaten Bandung menjadi salah satu kabupaten yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian.

Tabel 1. 1 Jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Bandung tahun 2019

No.	Kelompok Usaha	Unit Usaha	Tenaga Kerja
1	Industri kecil pangan	516	2.210
2	Industri kecil sandang	1.237	6.253
3	Industri kecil kimia dan bahan bangunan	36	124
4	Industri kecil logam dan elektronika	222	451
5	Industri kecil kerajinan	711	3.762
TOTAL		2.767	12.800

Kabupaten Bandung selatan merupakan salah satu daerah yang sering di kunjung sebagai destinasi tempat wisata. Selain Ciwidey, dan Pangalengan, gunung Puntang merupakan salah satu destinasi wisata yang marak di kunjungi masyarakat. Selain keindahan alam nya, gunung Puntang juga sangat terkenal dengan hasil olahan kopi nya, yang sering di kenal dengan nama kopi Puntang.

Meminum kopi sudah menjadi budaya di beberapa bagian dunia, karena kopi memang sudah ada sejak ber abad-abad yang lalu hingga kini. Di Indonesia menikmati kopi di pagi hari bagi sebagian kalangan masyarakat menjadi sesuatu hal yang wajib di konsumsi karena memberikan rasa *rileks*, kafein dalam kopi dapat membantu seseorang terjaga selama beraktifitas. Seiring dengan sejarah dan perkembangan nya, produsen kopi terus mencoba menghasilkan kopi terbaik di

Indonesia dan akhirnya kopi Jawa pada masa penjajahan belanda merupakan komoditi dagang yang sangat terkenal yang kemudian terus berkembang di berbagai daerah lainnya.

Perkembangan kopi di Indonesia saat ini mulai berkembang pesat, di karenakan olahan kopi menjadi banyak dan berfariasi, mulai dari kopi panas, kopi dingin hingga kopi yang sudah di campur dengan berbagai macam rasa atau bahan lainnya, sehingga menjadikan kopi sebagai minuman favorit bagi berbagai kalangan. Para produsen kopi pun mulai berlomba-lomba meluncurkan berbagai jenis produk kopi di pasaran, untuk bersaing memproduksi kopi terbaik dengan ciri khas dan keunikan masing-masing.

Gunung puntang merupakan salah satu daerah penghasil kopi terbaik di kabupaten bandung, karena letak geografis gunung puntang yang strategis membuat kopi yang di hasilkan memiliki cita rasa yang beragam, membuat nya mampu memenangkan penghargaan di kontes Specialty Coffee Association of America (SCAA) Expo 2016, 14-17 April 2016.



Sumber: Dokumen pribadi.

Gambar 1. 1 Pelaku usaha kopi Gn. Puntang

Meskipun mendapat prestasi yang baik di tingkat internasional, namun pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha atau UMKM yang menjual produk kopi dari Puntang itu yang belum bisa dikatakan berhasil, masih banyak juga para pelaku usaha ini masih menggunakan atau menerapkan cara bisnis yang lama atau tradisional, sehingga dalam perkembangannya belum signifikan meningkat. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan objek para pelaku UMKM kopi di Gn. Puntang.

Dalam berbisnis seorang pelaku usaha tentunya menginginkan usahanya berjalan dengan baik, begitupun dengan para pelaku usaha di kaki Gn. Puntang yang bergerak di bidang pengolahan biji kopi, tentunya para pelaku usaha ini mengharapkan kelancaran dalam usahanya sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran bisnis mereka. Kinerja pemasaran merupakan salah satu tolak ukur

usaha tersebut bisa di bilang sukses atau tidak. Hal ini sejalan dengan apa yang di kemukakan oleh Elwisam & Lestari R (2019) bahwa kinerja pemasaran digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat keberhasilan keseluruhan kinerja yang dilakukan meliputi keberhasilan strategi yang dijalankan, pertumbuhan penjualan, dan laba perusahaan. Kinerja pemasaran dapat meningkat karena di sebabkan oleh banyak faktor, salah satu nya adalah Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar.

Kompetensi wirausaha merupakan salah satu soft skill yang berpengaruh pada kinerja pemasaran suatu usaha, karena untuk membangun usaha yang tumbuh dan berkembang harus di iringi dengan poin-poin yang ada pada kompetensi wirausaha. Dikatakan juga dalam penelitian yang di lakukan oleh Sanchez J, C (2011), yang menemukan bahwa kompetensi wirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berikut adalah hasil survey awal yang dilakukan peneliti dengan menggunakan pertanyaan yang berasal dari indikator variabel yang akan di uji.

Tabel 1. 2 Survey awal Kompetensi Wirausaha UMKM Kopi di Gn. Puntang

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda melakukan perancangan sebelum mendirikan usaha anda?	21	81%	5	19%
2	Apakah anda menganalisa target pasar yang akan anda tuju?	17	65%	9	35%
3	Apakah anda melakukan pembukuan keuangan setiap bulan?	3	12%	23	88%
4	Apakah dalam menjalankan bisnis anda relasi itu penting?	22	85%	4	15%

Dari kuisioner di atas 3 dari 4 indikator kompetensi wirausaha responden menjawab “Ya” dan hanya satu dari empat indikator kompetensi wirausaha responden menjawab “Tidak”, dapat di lihat pada point pertanyaan nomor 3, mayoritas responden menjawab “Tidak”, dari hasil kuisioner tersebut menunjukkan bahwa mayoritas UMKM Kopi di Gn. Puntang masih menggunakan perhitungan terhadap penjualan dan tidak melakukan pencatatan secara terperinci, karena mayoritas pelaku UMKM kopi disana berusia lanjut dan tidak begitu paham dengan pencatatan keuangan secara detail atau menggunakan sistem akuntansi. Sehingga mengakibatkan uang yang masuk tidak teralokasi dengan baik dan terkadang uang yang seharusnya di peruntukan untuk modal usaha terpakai untuk kebutuhan pribadi.

Selain kompetensi wirausaha, kemampuan mengindera pasar juga sangat berpengaruh kepada kinerja pemasaran. Kemampuan meningindera pasar membuat seorang pelaku usaha mampu menganalisa dan mendengar apa yang sedang di butuhkan oleh pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wirtz, Tuzovic, Kuppelwieser (2013) mengatakan bahwa bagaimanapun tanpa kemampuan mengindera pasar kinerja pemasaran sulit berkembang dari sisi strategi pemasaran maupun kegiatan yang meningkatkan keuntungan perusahaan. Berikut adalah hasil dari survey awal yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan pertanyaan yang berasal dari indikator-indikator variabel yang akan di uji.

Tabel 1. 3 Survey Awal Kemampuan Mengindera Pasar

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda menentukan target pasar anda?	19	73%	7	27%
2	Apakah produk atau usaha anda terus mengikuti perkembangan pasar?	11	42%	15	58%
3	Apakah anda melakukan riset kepada competitor atau pesaing anda?	18	69%	8	31%

Dari hasil pengisian kuisioner di atas, dapat di simpulkan bahwa pada poin pertanyaan nomor 2 mayoritas responden menjawab “Tidak”, karena mayoritas pelaku usaha kopi disana masih belum terlalu memahami cara pengolahan dari buah kopi (ceri) hingga menjadi green bean atau biji kopi siap sangrai (roasting) dan juga alat yang mereka gunakan masih belum memadai, sehingga mereka hanya menjual olahan kopi yang menurut mereka sudah kuasai saja, bahkan ada pula yang hanya menjual buah kopi nya saja dengan harga yang rendah.

Tabel 1. 4 Survey awal Kinerja Pemasaran

Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah penjualan dalam usaha anda selalu mengalami peningkatan?	16	62%	10	38%
2	Apakah usaha anda menghasilkan keuntungan yang baik?	21	81%	5	19%
3	Apakah usaha anda selalu mengalami pertumbuhan?	6	23%	20	77%

Dari hasil pengisian kuisioner di atas dapat di simpulkan bahwa pada point pertanyaan nomor 3 mayoritas responden atau pelaku usaha menjawab “TIDAK”.

Menyambung dari permasalahan pada survey awal variabel X1, para pelaku usaha ini tidak memahami bagaimana cara mengatur keuangan dengan baik yang mengakibatkan keuangannya tidak terorganisir dan menyebabkan penghambatan pada pertumbuhan usahanya tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian yang akan dimasukkan dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM kopi di Gunung Puntang”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis melakukan identifikasi terhadap UMKM Kopi yang ada di daerah Gn. Puntang dan mendapat beberapa poin masalah, sebagai berikut:

1. Pelaku usaha hanya melakukan perhitungan terhadap hasil penjualan dan tidak dicatat secara terperinci.
2. Para pelaku usaha hanya menjual produk yang sudah mereka kuasai
3. Kurang memadai nya alat produksi yang digunakan mengakibatkan hambatan pada penjualan dan pertumbuhan usaha.

1.2.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kompetensi Wirausaha pada UMKM Kopi di Gunung Puntang

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Mengindera pasar pada UMKM Kopi di Gunung Puntang
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Pemasaran pada UMKM Kopi di Gunung Puntang
4. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan mengindera Pasar terhadap Kinerja Pemasaran secara parsial dan simultan pada UMKM Kopi Gunung Puntang

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan kemampuan mengindera pasar terhadap kinerja perusahaan pada UMKM kopi di Gn. Puntang.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan maksud dari penelitian di atas, dapat di simpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kompetensi wirausaha pada UMKM Kopi di Gunung Puntang .
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kemampuan Mengindera Pasar pada UMKM Kopi di Gunung Puntang
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Pemasaran pada UMKM Kopi di Gn. Puntang

4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Kinerja Pemasaran secara parsial dan simultan pada UMKM Kopi di Gunung Puntang

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri dan bagi pihak terkait yang menjadi responden dari penelitian ini.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu, sehingga dapat menjadi acuan dalam mengembangkan ilmu yang di teliti dari segi teoritis.

a) Bagi Penulis

Kegunaan teoritis bagi penulis diharapkan dengan menyusun penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan sebagai pembelajaran dan pengalaman.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan di susunya penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya dalam menambah referensi penelitian.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi pihak-pihak yang terlibat, yaitu:

a) Bagi perusahaan

