

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis merupakan kegiatan yang menyediakan produk atau layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Definisi bisnis adalah suatu bentuk aktivitas yang utamanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan bagi yang yang mengusahakan atau yang berkepentingan dalam terjadinya aktivitas tersebut. Dengan banyaknya kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan konsumen membuat semakin banyak pula perusahaan yang muncul untuk bersaing dengan perusahaan yang sudah ada atau menciptakan perusahaan yang belum ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan seiring berjalannya waktu, pelaku bisnis semakin melonjak angkanya, tentunya mengakibatkan persaingan pasar menjadi ketat. Bahkan sekarang ini persaingan antara pengusaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sudah dalam kondisi yang semakin kompleks, sehingga masing-masing perusahaan kini berlomba menciptakan inovasi inovasi baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Persaingan bisnis merupakan sebuah kompetisi antara para penjual yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar, serta jumlah penjualan yang tinggi. Persaingan bisnis ini sudah menjadi sesuatu yang wajib dalam berbisnis pelaku bisnis termasuk pelaku bisnis online. Persaingan bisnis yang kita ketahui tidak hanya untuk persaingan bahan pokok saja, namun seiring

berjalannya waktu semakin banyak perusahaan yang berusaha bersaing dalam aspek apapun termasuk barang/jasa yang ditawarkan.

Di Indonesia, khususnya di Kota Bandung ada banyak jenis usaha. Berikut peneliti akan menyajikan data-data industri kreatif yang terdapat di Kota Bandung pada tahun 2021.

Tabel 1. 1
Data UMKM Kota Bandung Tahun 2021

NO	JENIS USAHA	JUMLAH USAHA
1.	Fashion	901
2.	Produk Kreatif	455
3.	Jasa	429
4.	Kuliner	1532
5.	Perdagangan	565
6.	Lain-Lain	403
	TOTAL	4285

Sumber : diskopumkm.bandung.go.id

Adapun berdasarkan data diatas yang memiliki jumlah usaha terbanyak dibandingkan industri lainnya yaitu kuliner. Kuliner menempati angka yang tinggi di Kota Bandung dan mencakup sasaran pasar yang luas. Kuliner pada saat ini bisa terbilang menjadi patokan gaya hidup masyarakat. *Coffee Shop* pada saat ini memang menjadi incaran masyarakat untuk memenuhi gaya hidupnya. Di Kota Bandung kini sudah mulai banyak yang membuka *Coffee Shop*. Dengan desain yang memiliki khas tersendiri di setiap *Coffee Shop*, tentu dengan suasana dan fasilitas pendukung seperti adanya jaringan Wi-Fi serta hiburan musik yang

membuat *Coffee Shop* tersebut tidak sekedar meminum kopi. Saat ini, berbagai macam *Coffee Shop* telah berkembang di Kota Bandung dengan berbagai macam variasi. *Coffee Shop* pun telah dikenal oleh kalangan masyarakat, terlebih makin banyak desain *Coffee Shop* yang menarik. Istilah *Coffee Shop* pun pada masa sekarang dikenal oleh banyak masyarakat, terlebih makin banyaknya *Coffee Shop* yang menarik dan menyebar luas di Kota Bandung. Kopi dikenal sebagai minuman yang sangat khas baik dari aroma maupun rasa yang dihasilkan. Kenikmatan meminum kopi saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup dalam bersosialisasi, hal ini memang menjadi keunikan tersendiri dari kopi itu. Bagaimana rasa dan aroma minuman ini mampu mencairkan suasana dan membuat komunikasi berjalan lebih lancar. Tidak heran bila seseorang mengajak rekannya untuk bertukar pikiran atau pun berbagi cerita, maka ia akan mengajaknya minum kopi. Tren ini juga telah berlangsung di kota Bandung. Berikut adalah jumlah *Coffee Shop* di Kota Bandung pada tahun 2020-2021.

Tabel 1. 2
Jumlah *Coffee Shop* di Kota Bandung 2020-2021

Tahun	Jumlah <i>Coffee Shop</i>
2020	226
2021	200

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dapat terlihat terjadi penurunan sejumlah *Coffee Shop* yang ada di Kota Bandung. Semakin banyaknya *Coffee Shop* di Kota Bandung, tidak menjadi jaminan seorang pelaku usaha dapat menjalankan usahanya secara mulus dengan mengikuti tren yang sedang ada. Pelaku usaha juga perlu untuk menguasai skill

yang ada dan memperluas pengetahuan yang ada di tengah tren *Coffee Shop* di Kota Bandung agar tidak kalah bersaing dengan yang lainnya.

Berikut *Coffee Shop* yang tersebar di beberapa Kecamatan di Kota Bandung dengan detail penyebaran lokasi sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Persebaran Lokasi *Coffee Shop* di Kota Bandung

NO	KECAMATAN	JUMLAH	NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Andir	2	16	Cicendo	10
2	Antapani	2	17	Cidadap	8
3	Arcamanik	3	18	Cinambo	0
4	Astanaanyar	2	19	Coblong	23
5	Babakan Ciparay	1	20	Gedebage	0
6	Bandung Kidul	3	21	Kiaracondong	2
7	Bandung Kulon	1	22	Lengkong	23
8	Bandung Wetan	40	23	Mandalajati	0
9	Batununggal	6	24	Panyileukan	0
10	Bojongloa Kaler	2	25	Rancasari	0
11	Bojongloa Kidul	3	26	Regol	2
12	Buah Batu	0	27	Sukajadi	15
13	Cibeunying Kaler	4	28	Sukasari	9
14	Cibeunying Kidul	3	29	Sumur Bandung	30
15	Cibiru	0	30	Ujung Berung	0

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2021

Pada tabel diatas, menunjukkan banyaknya jumlah usaha di beberapa lokasi usaha. Berdasarkan data, jumlah usaha dilihat dari lokasi usaha yang strategis. Lokasi usaha yang strategis akan menyebabkan jumlah pelaku usaha akan semakin

meningkat dan semakin ketatnya persaingan yang terjadi pada bidang sejenis. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti *Coffee Shop* daerah Bandung Wetan karena di daerah tersebut persebaran jumlah usaha terbilang paling banyak dibandingkan dengan daerah yang lain.

Pelaku usaha harus terus melakukan peningkatan skill wirausaha yang telah dimiliki guna untuk memenangkan persaingan yang ada di tengah tren *Coffee Shop* di Kota Bandung.

Dilihat dari fenomena diatas, peneliti akan melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 20 pemilik *Coffee Shop* di Kecamatan Bandung Wetan mengenai Daya Saing.

Tabel 1. 4
Kuisioner Awal (Y) Daya Saing

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTASE	TIDAK	PERSENTASE
1.	Apakah harga produk anda dapat bersaing dengan <i>Coffee Shop</i> lain?	13	65%	7	35%
2.	Apakah kualitas produk dijadikan daya saing di <i>Coffee Shop</i> Anda?	20	100%	0	0%
3	Apakah Anda beradaptasi cepat dalam menghadapi perubahan lingkungan?	8	40%	12	60%

Sumber : Data Peneliti, 2022

Berdasarkan pada hasil survey diatas, peneliti dapat menyebutkan bahwa usaha mengenai harga produk, kualitas produk, dan fleksibilitas merupakan beberapa indikator dari daya saing. Beberapa *Coffee Shop* belum dapat beradaptasi dengan cepat dengan lingkungan dikarenakan masih memegang idealisme konsep

pemikiran dan ingin mengikuti konsepnya sendiri. Kemudian, bahan baku yang dibutuhkan menjadi semakin banyak dan membutuhkan biaya yang cukup besar.

Seorang wirausaha yang baik umumnya adalah mereka yang kompeten di bidangnya, yaitu memiliki pengetahuan, keterampilan, kualitas individu yang meliputi sikap, nilai, dan perilaku yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan atau aktivitas.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti akan melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 20 pemilik *Coffee Shop* di Kecamatan Bandung Wetan mengenai kompetensi kewirausahaan.

Tabel 1. 5
Kuisioner Awal (X1) Kompetensi Kewirausahaan

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTASE	TIDAK	PERSENTASE
1.	Apakah Anda mengetahui cara membuka usaha <i>Coffee Shop</i> yang baik dan benar?	18	90%	2	10%
2.	Apakah Anda memiliki pengetahuan teknis, desain, pemrosesan pembukuan, administrasi, dan pemasaran secara matang?	7	35%	13	65%
3.	Apakah anda memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain / partner lain?	20	100%	0	0%

Sumber : Data diolah oleh Peneliti 2022

Berdasarkan hasil survey diatas, peneliti dapat menyebutkan bahwa dalam kompetensi kewirausahaan, ada masalah didalam indikator *practical knowledge* yang dimana sebagian besar pelaku usaha menjawab tidak memiliki pengetahuan teknis, desain, pemrosesan pembukuan, administrasi, dan pemasaran secara matang. Hal ini dikarenakan mereka membuka *Coffee Shop* dengan kemampuan yang ada, sedangkan untuk pengetahuan teknis mereka lebih mengandalkan orang

lain atau bergantung kepada kemampuan orang lain untuk melakukannya. Kemudian juga latar belakang pemilik usaha yang berbeda-beda mengakibatkan pandangan yang berbeda terhadap bisnis.

Berbeda dengan kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan merupakan kecenderungan atau pemahaman perlunya menjadi proaktif terhadap peluang pasar dan dinamisme pasar, toleran terhadap resiko, dan fleksibel terhadap perubahan. Orientasi kewirausahaan juga merupakan watak atau karakter-karakteristik terhadap seseorang yang memiliki usaha yang keras untuk mencapai suatu gagasan.inovatif yang masuk kedalam global bisnis yang konkret dan bisa mengembangkannya dengan baik.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti akan melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 20 pemilik *Coffee Shop* di Kecamatan Bandung Wetan mengenai Orientasi Kewirausahaan.

Tabel 1. 6
Kuisioner Awal (X2) Orientasi Kewirausahaan

NO	PERTANYAAN	YA	PERSENTASE	TIDAK	PERSENTASE
1.	Apakah Anda mencoba hal-hal baru dan berinovasi untuk meningkatkan penjualan?	16	80%	4	20%
2.	Apakah Anda sudah merasa pro aktif dalam menawarkan produk kepada konsumen?	9	45%	11	55%
3.	Apakah Anda berani dengan tegas untuk mengambil resiko di lingkungan bisnis yang tidak pasti?	7	35%	13	65%

Sumber : Data diolah oleh Peneliti 2022

Berdasarkan hasil survey diatas, peneliti dapat menyebutkan adanya masalah mengenai beberapa indikator orientasi kewirausahaan. Terlihat para

pengusaha belum secara pro aktif untuk menawarkan produknya kepada konsumen, karena adanya keterbatasan media dalam promosi dan juga adanya keterbatasan dalam ilmu *marketing*. Kemudian kebanyakan dari mereka belum berani dengan tegas untuk mengambil resiko karena sebagian besar dari mereka memfokuskan diri untuk bertahan agar usahanya tetap jalan di masa pandemi sekarang ini, mereka belum berani mengambil langkah lebih banyak dalam bisnis mereka, kemudian juga mereka belum bisa menebak kedepannya akan seperti apa jika mengambil resiko di lingkungan bisnis yang tidak pasti.

Peneliti melihat beberapa fenomena yang terjadi dari hasil survey dan data sekunder diatas lalu tertarik untuk mengambil topik tentang Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

Berdasarkan dari Latar Belakang masalah yang sudah dibahas diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian dan membuat sebuah karya tulis yang berjudul:

“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung”

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai penelitian adalah sebagai berikut:

1. Sebagian besar pelaku usaha tidak cepat tanggap dalam beradaptasi dengan lingkungan.
2. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki pengetahuan teknis, desain, pemrosesan pembukuan, administrasi, dan pemasaran secara matang.
3. Sebagian besar pelaku usaha belum merasa pro aktif dalam menawarkan produk kepada konsumen.
4. Sebagian besar pelaku usaha masih belum berani untuk mengambil resiko di lingkungan bisnis yang tidak pasti.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kompetensi Kewirausahaan di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
2. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
3. Bagaimana Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

5. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data mengenai **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung”** yang akan peneliti gunakan dalam menyusun penelitian ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kompetensi Kewirausahaan di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan yang ada di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing di *Coffee Shop* Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis

1. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi penelitian adalah sebagai indikator untuk mengembangkan kemampuan dalam melakukan penelitian, dan sebagai bahan evaluasi terhadap kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Bagi Peneliti Lain

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti lain dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian.

1.4.2 Penelitian Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk memperdalam pengalaman di bidang bisnis dalam implementasi atas teori yang telah di dapatkan selama masa perkuliahan serta menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.

2. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai dasar yang objektif dalam pengambilan keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti bertempat di *Coffee Shop* yang berada di Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

