

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat belakangan ini mempengaruhi dunia usaha. Tak terkecuali Indonesia yang merupakan negara berkembang, tak lepas dari pengaruh perkembangan teknologi informasi. Pertukaran informasi semakin cepat dengan adanya internet, semakin banyak orang membutuhkan informasi yang cepat dan akurat maka penggunaan internet menjadi suatu kebutuhan yang utama dan salah satu peluang dalam memperluas cakupan bisnis. Hal ini memungkinkan bagi dunia usaha untuk melakukan proses bisnis melalui internet seperti memasarkan barang dan jasa yang dimiliki secara online melalui internet atau yang dikenal dengan istilah e-marketing.

Meningkatnya globalisasi ekonomi di dunia membuka kesempatan pasar yang luas bagi para perusahaan. Hal ini tentu menimbulkan persaingan bagi para pelaku pasar agar dapat mencapai kinerja yang lebih baik. Globalisasi juga mengakibatkan batas-batas bisnis antara negara satu dengan negara yang lain semakin tidak tampak. Ekonomi suatu negara tidak lagi berdiri sendiri tetapi menjadi satu dengan sistem ekonomi global. Kaburnya batas-batas negara dalam konteks perdagangan dunia, membawa konsekuensi persaingan yang semakin luas dan bergesernya kekuasaan produsen ke tangan konsumen. Globalisasi juga menyebabkan penyimpangan strategi dan teknik komersial secara tradisional. Manajer yang inovatif perlu mencari cara dan menciptakan bisnis yang unik agar

lebih efektif baik di lokal, regional, maupun global sehingga mereka dapat memperluas pendapatan mereka, menekan cost, serta meningkatkan keuntungan. Informasi sangatlah dibutuhkan untuk mendukung pencapaian keunggulan bersaing (competitive advantage) bagi perusahaan.

Salah satu Sentra industri UKM yang ada di Kota Bandung yaitu Sentra roti kopo. Terletak di sebuah pemukiman warga di Jalan Gang Babakan Rahayu. Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai macam produk roti, Terdapat 30 pelaku usaha pengolah produk roti, ini dengan pengolahan dan tata tersendiri untuk kepentingan para pelaku usaha. Sentra Roti kopo ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi roti, namun pada perkembangan yang terjadi pada dunia usaha saat ini, Sentra roti kopo ini, menghadapi beberapa kendala seiring dengan perkembangan zaman seperti wabah virus corona, bahan baku yang meningkat dan permintaan konsumen yang menurunkan harga roti dan para pengusaha dibidang roti yang memiliki kapasitas produksi sangat kecil sehingga munculnya beberapa pesaing yang mempengaruhi penjualan produk di Sentra Roti Kopo.

Tabel 1.1

Pertumbuhan Jumlah Unit UMKM di Kota Bandung Tahun 2016-2021

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2016	343.938
2017	365.218
2018	387.815

2019	411.810
2020	437.290
2021	464.346

Sumber : opendata.jabarprov.go.id

Berdasarkan **Tabel 1.1** dapat dilihat dari tahun 2016 – 2021 jumlah UMKM di Kota Bandung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016, jumlah UMKM terdapat 343,938 unit dan sampai pada tahun 2021 jumlah UMKM terdapat 464.346 unit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang memilih untuk membuka usahanya sendiri sebagai sumber pendapatan. UMKM di Kota Bandung mengalami pertumbuhan setiap tahunnya karena di dorong oleh pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung yang cukup baik.

Para pelaku usaha seharusnya mampu menerapkan strategi usaha dengan konsep selalu memperhatikan tingginya peluang yang harus segera di manfaatkan dengan cepat dan baik untuk upaya pengembangan dan pertumbuhan usahanya. Akan tetapi banyak kendala dan masalah yang terjadi terkait kompetensi yang dimiliki khususnya pelaku usaha kecil diantaranya masih rendahnya kemampuan manajerial serta pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil yang membuat bisnisnya tidak dapat berkembang.

Menurut (Saba Khalid ; Khalid Bhatti, 2015). Kewirausahaan merupakan adaptasi dari perilaku terarah yang bertujuan untuk memulai, mempromosikan dan mengelola kegiatan ekonomi untuk produksi dan memobilisasi dari sumber daya keuangan. Setiap kewirausahaan meliputi keterbukaan, kebebasan, pandangan

yang luas, berorientasi pada masa datang, berencana, berkeyakinan, sadar, dan menghormati orang lain dan pendapat orang lain, sehingga akan menciptakan peluang untuk meningkatkan usaha ke pasar yang lebih luas.

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijelaskan diatas, untuk memastikan lebih pasti bagaimana kondisi yang terjadinya sebenarnya dalam berkompetensi yang sehat yang dilakukan pelaku usaha pada sentra Roti Kopo dilakukan pra-survey dengan menyebarkan survey sementara ke responden pada pengusaha sentra Roti Kopo dengan menyebarkan kuisioner awal, mengenai variabel yang diteliti. Berikut ini hasil survey awal variable Kompetensi Kewirausahaan tabel 1.2

Tabel 1.2
Survey Awal Kompetensi Kewirausahaan (X1)

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda menguasai teknis produksi terhadap produk yang dihasilkan?	66,6% (20)	33,4% (10)
2	Apakah anda memperluas pemasaran anda ?	56,6% (17)	43,4% (13)
3	Apakah anda paham pembukuan perusahaan yang baik?	63,3% (19)	36,7% (11)
4	Apakah anda melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam mengembangkan usaha ?	30% (9)	70% (21)

Sumber : Survey Awal Penelitian

Berdasarkan table 1.2 survey awal kompetensi kewirausahaan, terjadi permasalahan pada nomor 4, yaitu para pelaku usaha sebagian besar belum melakukan kerjasama dengan sesama para pelaku usaha lainnya dalam

mengembangkan usahanya. dikarenakan pada Sentra Roti Kopo, usaha yang dijalankan masih tergolong usaha kecil (rumahan), dan sebagian besar para pelaku usaha tidak menerapkan cara untuk memanfaatkan atau menjalin hubungan dengan relasi yang dimiliki pada usahanya. hal itu disebabkan karena kurangnya pengetahuan dalam menjalin suatu hubungan yang dimiliki oleh para pelaku usaha tersebut.

Dalam mengembangkan usaha yang sedang dijalankan para pelaku usaha seharusnya memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dan pola berpikir yang baik dan terbuka, sehingga para pelaku usaha harus memiliki sikap dan kesediaan mental seorang wirausaha untuk merespon terhadap kegiatan ekonomi dan sosial baik bersifat positif, netral, negatif terhadap tindakan atau tingkah laku wirausaha. Berikut adalah hasil dari survey awal variable Sikap Kewirausahaan pada table 1.3

Tabel 1.3
Survey Awal Sikap Kewirausahaan (X2)

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda yakin dan optimis dalam menjalankan usaha yang sudah dilakukan ?	83,3%(25)	16,7%(5)
2	Apakah anda seseorang yang berani dalam mengambil resiko untuk usaha yang sedang anda jalani ?	53,3% (16)	46,7% (14)
3	Apakah anda seorang pelaku usaha yang memiliki sifat kepemimpinan ?	73,3% (22)	26,7% (8)
4	Apakah anda mengikuti produk roti yang sudah ada?	63,4% (19)	36,6% (11)
5	Apakah anda memiliki pandangan kedepan buat usaha anda yang sedang	40% (12)	60% (18)

	dijalankan ?		
--	--------------	--	--

Sumber : Survey awal Penelitian

Berdasarkan table 1.3 pada survey awal variable Sikap Kewirausahaan diatas, permasalahan terjadi pada nomor 5, yaitu Para pelaku usaha tidak berorientasi ke masa depan karena para pelaku usaha hanya berfokus pada keadaan usahanya saat ini, para pelaku usaha tidak melihat ataupun memprediksi tantangan dan kesempatan yang ada di masa depan sehingga para pelaku usaha tidak siap akan keadaan yang ada dimasa depan, dengan begitu para pelaku usaha akan kurang dalam mempersiapkan perencanaan yang baik untuk masa depan, sehingga hal ini memungkinkan kurangnya antisipasi yang dilakukan oleh para pelaku tersebut.

Selain pentingnya sikap kewirausahaan bagi pelaku usaha, inovasi produk juga sangat perlu dilakukan, karena setiap para pelaku usaha harus mempunyai ciri khasnya tersendiri terhadap usaha yang dijalankan. berikut survey awal inovasi produk pada sentra roti kopo.

Menurut Lia dalam Ramadhanti (2016: 33) menjelaskan bahwa sikap kewirausahaan dibentuk melalui perilaku yang dapat tumbuh dan berkembang pada diri seseorang yang disertai dengan kecenderungan untuk bertindak dan bereaksi terhadap stimulus kewirausahaan. Sehingga para pelaku usaha dalam menciptakan produk yang laku di pasaran harus mempunyai inovasi yang efektif. Berikut adalah hasil dari survey awal variable Inovasi Produk pada table 1.4

Tabel 1.4
Survey Awal Inovasi Produk (X3)

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda melakukan perluasan produk dengan apa yang sedang jalani saat ini ?	43,3% (13)	56,7% (17)
2	Apakah anda melakukan pembaruan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar?	86,6% (26)	13,4% (4)
3	Apakah anda berani mengambil resiko untuk membuat sesuatu yang baru?	73,3% (22)	26,4% (8)

Sumber : Survey awal Penelitian

Berdasarkan table 1.4 pada survey awal variable Inovasi Produk diatas permasalahan terjadi pada nomor 1, yaitu para pelaku usaha pada sentra Roti Kopo tidak melakukan perluasan penjualan produk dikarenakan para pelaku usaha hanya melakukan pembuatan produk masih secara rumahan dan terbatas, maka dari itu mereka hanya menjual dipasar tradisional saja, sedangkan jika mereka menjual kepasar modern harus memiliki relasi, informasi dan lisensi. Sehingga para pelaku usaha tidak mendapatkan keuntungan lebih untuk melakukan perluasan produk tersebut.

Dalam dunia bisnis banyak sekali strategi-strategi yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk bisa bersaing dalam pasar, di dalam strategi bisnis terdapat salah satunya adalah melakukan perubahan produk sesuai dengan selera konsumen. Menurut Suryana (2003) dalam Indra (2016:36), inovasi yaitu kemampuan penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kehidupan. Penawaran produk oleh perusahaan sekarang ini

menjadi beragam, tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan. Menurut ahli lainnya, Sunyoto (2015:1), keunggulan bersaing dapat dicapai dengan mengembangkan produk secara spesial dan lebih menguntungkan dibandingkan dengan para pesaing. Sehingga dalam menjalankan usaha perlu dilakukan inovasi produk agar dapat menciptakan nilai-nilai keunggulan bersaing. Berikut adalah hasil survey awal variable Keunggulan Bersaing pada table 1.5

Tabel 1.5
Survey Awal Keunggulan Bersaing (Y)

NO	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah produk yang dijual memiliki ciri khas tersendiri?	93,3% (28)	6,7% (2)
2	Apakah kualitas produk anda sudah sesuai standar pasar ?	76% (23)	24% (7)
3	Apakah harga produk yang anda jual mampu bersaing di pasar ?	26,6% (8)	73,3% (22)

Sumber : Survey awal Penelitian

Berdasarkan table 1.5 pada survey awal Keunggulan Bersaing diatas dapat dilihat bahwa harga produk yang dijual pada sentra roti kopo tidak mampu bersaing karena harga yang ditetapkan para pelaku usaha belum mampu untuk di sesuaikan dengan keinginan konsumen sehingga para konsumen tidak mau terjadinya kenaikan harga sedangkan para pelaku usaha pada sentra roti Kopo kesulitan mengalami bahan baku yang meningkat.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan di tuangkan dalam skripsi dengan judul “**Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan,**

Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Roti Kopo”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan masalah yang dihadapi sentra roti kopo adalah :

1. Para pelaku usaha sebagian besar belum melakukan kerjasama dalam mengembangkan usahanya dikarenakan para pelaku usaha pada Sentra Roti Kopo melakukan usahanya secara mandiri.
2. Para pelaku usaha tidak mengikuti produk yang sudah ada karena para pelaku usaha ingin memiliki ciri khasnya masing-masing dalam produk yang dihasilkan pada Sentra Roti Kopo.
3. Para pelaku usaha tidak melakukan perluasan produk dikarenakan pelaku usaha hanya menjualkan produk ke pasar tradisional dan tidak melakukan penjualan ketempat lain.
4. Bahwa harga produk yang dijual di sentra roti kopo tidak mampu bersaing dikarenakan pemerataan harga pada setiap para pelaku usaha dalam menjual produk yang dihasilkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kompetensi Kewirausahaan pada Sentra Roti Kopo.

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Sikap Kewirausahaan pada Sentra Roti Kopo.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Sentra Roti Kopo.
4. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Roti Kopo.
5. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing Pada Sentra Roti Kopo secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari tahu seberapa besar tingkat pengaruh kompetensi Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Roti Kopo.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan maksud penelitian di atas dapat di simpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Kompetensi Kewirausahaan pada Sentra roti di kopo.
2. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Sikap Kewirausahaan pada Sentra roti di kopo.

3. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Sentra roti di kopo.
4. Untuk Mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra roti di kopo.
5. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra roti di kopo baik Secara Parsial maupun Secara Simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak dalam berbagai aspek.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan informasi bagi pelaku usaha yang memiliki produk untuk memiliki kompetensi kewirausahaan, sikap Kewirausahaan dan mengedepankan inovasi yang tepat, agar dapat mengembangkan usahanya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a) Bagi pengembangan Ilmu Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi untuk manajemen bisnis tentang kompetensi Kewirausahaan, Sikap Kewirausahaan dan Inovasi Produk dalam penerapannya pada sentra roti di Indonesia.

- b) Bagi peneliti lain Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c) Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan pelaku usaha dapat mengimplementasikan Kompetensi Kewirausahaan, sikap wirausaha dan inovasi produk untuk dapat mengembangkan usahanya.

1.5 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitian di sentra roti kopo Jalan Gg Babakan Rahayu.

1.5.2 Waktu Penelitian

Dalam penyusunan data dan informasi untuk proposal Usulan Penelitian di sentra roti babakan rahayu, dilakukan selama 5 bulan dimulai bulan maret 2022 hingga juli 2022.

Tabel 1.6
Waktu Penelitian

NO.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey te mpat Penelitian	■																			
2.	Melakukan Penelitian		■																		
3.	Mencari Data			■																	
4.	Membuat Propo sal		■																		
5.	Seminar												■								
6.	Revisi																				■
7.	Penelitian Lapangan																				■
8.	Bimbingan																	■	■	■	■
9.	Sidang																				

