

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi pada saat ini sudah menjadi ungkapan yang biasa dalam pembahasan masalah ekonomi nasional. Hal ini sering terungkap dalam percakapan kehidupan kita sehari-hari dan dapat dilihat dari banyaknya pihak-pihak yang beralih ke dunia wirausaha. Perubahan ini dikarena semakin berkurangnya jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga membuat masyarakat beralih untuk berwirausaha dari perusahaan yang besar hingga perusahaan beskala kecil atau mikro. Banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang, dimana perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang menjadi ciri dari setiap perusahaan yang ada. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah banyak berdiri dan menawarkan bermacam – macam produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bentuk usaha yang mempunyai kompetensi yang baik, karena jumlah UMKM yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan dan perkembangan.

Berdasarkan Undang-undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Indonesia, khususnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah mendapatkan perhatian lebih, karena pertumbuhannya yang semakin pesat dan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran. Kedudukan serta potensi yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi baik secara regional maupun nasional. Selain itu, daya tahan terhadap krisis telah membuktikan UMKM sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter yang berkepanjangan.

Perkembangan UMKM mendapat perhatian yang serius dari berbagai kalangan baik pemerintah maupun masyarakat umum, hal ini tidak terlepas dari peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu UMKM juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan export nonmigas yang secara langsung turut meningkatkan pendapatan masyarakat disekitarnya.

Pertumbuhan perekonomian UMKM yang cukup pesat adalah Wilayah Jawa Barat, yaitu Kota Bandung sebagai salah satu Kota kreatif. Hal ini bukanlah hal yang baru, karena memiliki kekayaan alam yang tersimpan dan tingginya kreativitas sumber daya dengan tempat wisata yang menarik dan mampu menarik daya kunjung wisatawan untuk berlibur dan menghabiskan akhir pekan dikota Bandung. Salah satu wisata Kota Bandung yang wajib dikunjungi yaitu salah satu sentra industrinya yang beranekaragam dengan segala kreativitas dan inovasi yang terus berkembang.

Sentra industri adalah pengelompokkan industri-industri yang sejenis atau berkaitan erat diantara industry tersebut di dalam suatu wilayah tertentu. Sentra industri tentu berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

Terdapat banyak sentra industry yang terdaftar di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Sentra industry di Kota Bandung merupakan sentra industry yang cukup maju dan dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak. Kota Bandung menjadi sebuah panutan bagi kota lainnya dalam mengembangkan dan memajukan potensi UMKM yang dimiliki pada setiap kota di Indonesia.

Berikut pada tabel 1.1 ditampilkan pertumbuhan jumlah unit UMKM di Kota Bandung pada tahun 2012 – 2017 :

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**  
**di Kota Bandung Tahun 2012 – 2017**

Tahun	Jumlah UMKM ( Unit )
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077

*Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat dari tahun 2012 – 2017 jumlah UMKM di Kota Bandung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2012, jumlah UMKM terdapat 3.291 unit dan sampai pada tahun 2017 jumlah UMKM terdapat 4.077 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. Menurut Deden Y. Hidayat, Ketua KADIN Kota Bandung bahwa “pertumbuhan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di kota Bandung mengalami pertumbuhan didorong oleh besarnya serapan produk oleh masyarakat, terutama wisatawan”.

Pemerintah Kota Bandung senantiasa mengembangkan sektor industri kecil dengan mengelompokkan dalam sentra – sentra industri. Hal tersebut untuk memperlihatkan potensi – potensi industri yang ada di Kota Bandung.

Menurut Pemerintah Kota Bandung menyebutkan bahwa terdapat 30 sentra industry di Kota Bandung tetapi hanya 7 sentra industry yang berpotensi yaitu Sentra Industri Rajut Binong, Sentra Industri Sepatu Cibaduyut, Sentra Industri Kaos suci, Sentra Industri Tekstil Cogondewa, Sentra Industri Jeans Cihampelas, Sentra Industri Tahu Cibuntu dan Sentra Industri Boneka Sukamulya. UMKM di Kota Bandung mempunyai peran yang penting dalam penyerapan tenaga kerja dan juga peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Bandung. Salah satu sentra industry yang berada diluar potensi yaitu Sentra Percetakan Pagarsih Bandung. Termasuk dalam Sentra Industri Kreatif Bandung, Sentra Industri Percetakan Pagarsih fokus pada jasa percetakan dengan berbagai macam produk seperti souvenir gift card, undangan, buku yasin dll.

Berikut pada tabel 1.2 ditampilkan data sentra industri yang ada di Kota Bandung :

**Tabel 1.2**  
**Sentra Industri di Kota Bandung Tahun 2019**

No	Nama - Nama Sentra Industri
1	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2	Sentra Industri Rajut di Margasari
3	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7	Sentra Industri Pakaian Jadi di Cigondewah
8	Sentra Industri Produk Textile di Cigondewah
9	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10	Sentra Industri Sablon Kaos di Suci
11	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12	Sentra Industri Ikan Pindang di Cijaura
13	Sentra Industri Opak di Cigondewah
14	Sentra Industri Roti di Kopo
15	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaur
17	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracandong
23	Sentra Industri Oven di Cimindi
24	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25	Sentra Industri Kasur di Cigondewah
26	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27	<b>Sentra Industri Percetakan di Pagarsih</b>
28	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30	Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

*Sumber: Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung*

Bahwa pengusaha yang mendirikan usaha percetakan di Pagarsih Bandung sebanyak 317 gerai atau toko. Mengalami penurunan baik karena pemilik toko tutup, pindah ataupun karena memilih usaha yang lain. Jika dilihat lebih jelas proses produksi disana sangat padat dan sibuk, ini berarti proses produksi percetakan Pagarsih sangatlah aktif. Usaha percetakan ini sudah ada sejak tahun 90-an dan usaha yang dijalankan pun turun temurun. Meskipun usaha turun temurun tetapi banyak yang mendirikan usaha ini mulai dari nol. Hal ini menjelaskan bahwa berwirausaha dapat berjalan dengan kompetensi yang dimiliki

seseorang dalam mengembangkan usahanya. Dan juga memiliki kemampuan melihat keadaan pasar agar dapat mengembangkan usahanya dan bersaing dengan pesaing lainnya dan juga mampu mengambil resiko atas apa yang telah dijalankan agar lebih unggul dengan pesaing lainnya.

Seperti Penelitian yang dilakukan Raeni Dwi Santy et al (2013:3)

*“competitive advantage can not be understood by looking at a firm as a whole, but have the competitive advantage of the origin, the different activities undertaken by the company in designing, producing, marketing, deliver and support its product”*

Dalam penjelasan tersebut penulis melakukan survey awal kepada 30 responden pelaku usaha Percetakan di Sentra Pagarsih Bandung guna mengetahui tanggapan responden mengenai hal-hal yang menyangkut penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berikut Hasil penyebaran survey awal yang dilakukan oleh penulis mengenai Kompetensi Wirausaha (X1)

**Tabel 1.3**  
**Survey awal Kompetensi Wirausaha**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah usaha yang Bapak/Ibu jalani mampu menghasilkan sesuatu yang baru pada produknya?	13	43,3%	17	56,7%
2.	Apakah Bapak/Ibu mempunyai tekad kuat dan sabar menjalani usahanya untuk berkembang?	25	83,3%	5	16,7%
3.	Apakah Bapak/Ibu berani mengambil resiko dalam usaha yang anda jalani?	14	46,7%	16	53,3%

*Sumber: Survey awal penelitian*

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 30 pelaku usaha, dengan 3 pertanyaan pada indikator Kompetensi Wirausaha. Diperoleh hasil terendah yaitu

pada pertanyaan pertama 56,7% responden menjawab tidak. Dikarenakan pengusaha belum mampu menghasilkan sesuatu yang barupada produknya. Dan pada pertanyaan ketiga 53,3% responden menjawab tidak. Dikarenakan pengusaha yang ada di Sentra Percetakan Pagarsih tersebut masih enggan untuk mengambil resiko yang tinggi yang mungkin akan timbul, sehingga menyebabkan kurang maksimalnya perkembangan usahanya. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di kawasan sentra percetakan Pagarsih, yaitu bapak Anton yang mana hasil wawancara adalah sebagai berikut.

“usaha yang dijalani belum sepenuhnya menghasilkan sesuatu yang baru pada produknya karena masih kurangnya pengetahuan dan kreativitas dalam usahanya, dan masih enggan untuk mengambil risiko yang tinggi karena butuh keberanian akan risiko yang dihadapi tetapi usahanya menjadi lamban untuk berkembang.”

**Tabel 1.4**  
**Survey awal tentang Kemampuan Mengindera Pasar**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah Bapak/Ibu selalu mendengarkan dan mengetahui apa yang diinginkan konsumen?	18	60%	12	40%
2.	Apakah usaha Bapak/Ibu selalu mengikuti tren pada pasar dari waktu ke waktu?	12	40%	18	60%
3.	Apakah Bapak/Ibu meningkatkan kualitas pada produknya agar lebih baik dari pesaing?	19	63,3%	11	36,7%
4.	Apakah Bapak/Ibu selalu menyadari apa kekurangan dari usaha/produknya?	10	33,3%	20	66,7%

*Sumber: Survey awal penelitian*

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 30 pelaku usaha, dengan 4 pertanyaan pada indikator Kemampuan Mengindera Pasar, pada pertanyaan kedua 60% responden menjawab tidak. Dikarenakan pengusaha belum terlalu mampu mengikuti tren yang ada dipasar setiap waktu. Dan pada pertanyaan keempat 66% responden menjawab tidak. Dikarenakan pengusaha yang ada di Sentra Percetakan Pagarsih tersebut masih kadang tidak tahu apa kekurangan dari produk dan usahanya karena kurangnya informasi dan kesadaran pengusaha. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di kawasan sentra percetakan Pagarsih, yaitu Ibu Dini yang mana hasil wawancara adalah sebagai berikut.

“usaha yang dijalankan mungkin lamban dalam mengikuti tren yang ada dipasar karena keterbatasan pengetahuan informasi yang kurang dan terkadang tidak menyadari apa kekurangan dari produk dan usahanya karena kurang kesadaran dan informasi yang didapat.”

**Tabel 1.5**  
**Survey awal tentang Keunggulan Bersaing**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah usaha yang Bapak/Ibu jalani mampu menghasilkan nilai lebih atau ide-ide baru?	16	53,3%	14	46,7%
2.	Apakah usaha Bapak/Ibu memiliki produk yang sangat baik dan tidak mudah ditiru oleh pesaing?	13	43,3%	17	56,7%
3.	Apakah usaha Bapak/Ibu memberikan harga produk yang bersaing dengan kualitas produk yang terbaik?	19	63,3%	11	36,7%

*Sumber: Survey awal penelitian*



Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 30 pelaku usaha, dengan 3 pertanyaan pada indikator Keunggulan Bersaing. Diperoleh hasil terendah yaitu pada pertanyaan kedua 56,7% responden menjawab tidak. Dikarenakan pengusaha belum bisa terus menerus membuat produk yang dihasilkan tidak mudah ditiru karena masih butuh inovasi dan ide-ide yang baru agar dapat lebih unggul dari pesaing, Hal tersebut dikuatkan dengan hasil wawancara kepada salah satu pemilik usaha di kawasan sentra percetakan Pagarsih, yaitu bapak Anton yang mana hasil wawancara adalah sebagai berikut.

“usaha kami belum sepenuhnya bisa terus menerus membuat produk yang tidak mudah ditiru, karena masih kurang dan butuh banyak inovasi dan ide-ide yang baru agar dapat lebih unggul.”

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul: **“Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.”**

## **1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah dan fenomena yang terdapat pada pelaku usaha percetakan diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Kurangnya pengetahuan tentang Kompetensi Wirausaha mengenai Kreativitas dan Pengambilan Risiko pada pelaku usaha Percetakan Pagarsih Bandung dalam menjalankan usahanya.

2. Kurangnya pengetahuan tentang Kemampuan Mengindera Pasar mengenai Melihat tren pada pasar dan Melihat peluang dan ancaman pada pelaku usaha Percetakan Pagarsih Bandung dalam menjalankan usahanya.
3. Kurangnya pengetahuan tentang Keunggulan Bersaing mengenai produk yang tidak mudah ditirupada pelaku usaha Percetakan Pagarsih Bandung dalam menjalankan usahanya.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada hal-hal yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kompetensi Wirausaha pada Usaha Percetakan di Pagarsih Bandung?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemampuan Mengindera Pasar pada Usaha Percetakan di Pagarsih Bandung?
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Usaha Percetakan di Pagarsih Bandung?
4. Seberapa besar Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Percetakan di Pagarsih Bandung baik secara parsial maupun secara simultan?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data guna menganalisis variabel-variabel penelitian dalam konteks permasalahan pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan

Bersaing, serta untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sebagai bahan analisis yang dapat diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen di Universitas Komputer Indonesia.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapaun tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Kompetensi Wirausaha pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Kemampuan Mengindera Pasar pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Untuk Mengetahui seberapa besar Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dan sasaran dalam meningkatkan kualitas Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing. Serta berguna untuk memperbaiki Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar pelaku usaha sehingga dapat melakukan

perubahan-perubahan yang positif seperti tercapainya Keunggulan Bersaing.

## 2. Bagi Pihak Terkait

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pengetahuan dan bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.

## 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**

#### 1. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diharapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak

#### 2. 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 wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindera Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai Kompetensi Wirausaha dan Kemampuan Mengindra Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Percetakan Pagarsih Bandung sebagai pelaku yang nyata dengan menerapkan teori-teori yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisis suatu masalah dan berfikir sistematis

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Sentra Percetakan Pagarsih Bandung yang bertempat di sekitar Jl. Pagarsih, Kota Bandung, Jawa Barat.

## 1.5.2 Waktu Penelitian

**Tabel 1.6**  
**Pelaksanaan Penelitian**

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		Oktober				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	2	3	4
1	Survey tempat penelitian	■	■																						
2	Melakukan penelitian			■																					
3	Mencari data				■																				
4	Membuat proposal					■																			
5	Seminar						■																		
6	Revisi							■																	
7	Penelitian lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Bimbingan													■	■	■	■	■	■	■	■				
9	Sidang																					■	■	■	■

*Sumber Diolah Penulis (2019)*