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 dengan mendirikan suatu UMK.

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 Kecil Menengah (UKM) 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 UKM sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter

yang berkepanjangan. Berikut ini perkembangan jumlah UKM di Indonesia Tahun 2006-2012 :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah UKM di Indonesia Tahun 2006-2012

Tahun	Jumlah UKM
2006	38.725.960
2007	38.906.774
2008	40.766.742
2009	42.390.749
2010	43.224.007
2011	47.109.555
2012	48.936.480

Sumber : www.bps.co.id.

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, perkembangan jumlah UKM di Indonesia dari tahun 2006 sampai dengan 2012 tiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini membuktikan betapa kuatnya sektor ekonomi UKM sehingga mengalami pertumbuhan meskipun dalam kondisi sedang terjadi krisis. Perkembangan UKM mendapat perhatian yang serius dari berbagai kalangan baik pemerintah maupun masyarakat umum, hal ini tidak terlepas dari peran UKM dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu UKM juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan export nonmigas yang secara langsung turut meningkatkan pendapatan masyarakat disekitarnya.

Berbicara mengenai UKM, Undang-undang RI nomor 20 tahun 2008 menyatakan bahwa UKM terbagi menjadi 2 yaitu UKM perdagangan dan UKM perindustian masing-masing berkonsentrasi dibidang yang beranekaragam. UKM perdagangan yang berkonsentrasi dibidang barang kulit, jeans, texstile dan lain-lain. Sedangkan UKM perindustrian berkonsentrasi dibidang boneka, sablon,

elektronika, tahu, kain perca dan lain-lain. UKM perindustrian merupakan salah satu bidang wirausaha yang sekarang ikut meramaikan persaingan.

Pertumbuhan perekonomian UKM 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 di Kota Bandung. Bandung dijadikan barometer pertumbuhan UKM diantaranya, UKM perdagangan Sentra UKM Cihampelas Jean's, Sentra UKM CTC Cigondewah Textile City dan UKM perindustrian Sentra UKM Persepatuan Cibaduyut, Sentra UKM Tahu "BR" Pasir Koja, Sentra UKM Boneka Paris Van Java.

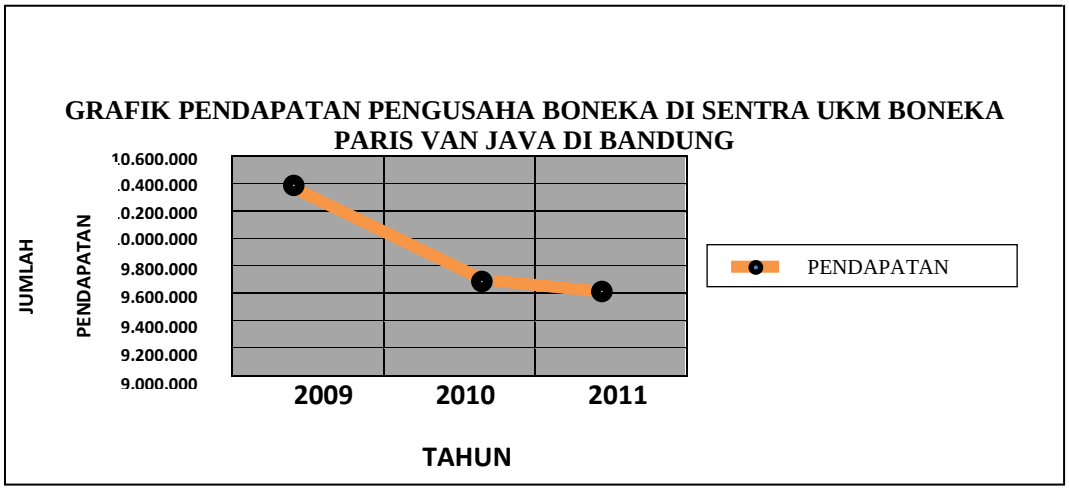
UKM perindustrian khusunya Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung, yang beralamatkan di Jalan Soekarno Hatta baypass. UKM ini memproduksi beraneka ragam boneka secara tradisional dengan menggunakan tenaga kerja manusia dalam proses produksinya. Berikut data jumlah produsen atau pengrajin Sentra UKM Boneka Paris Van Java :

Tabel 1.2
Jumlah Produsen/Pengrajin (Usaha Kecil Menengah)
Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung

Tahun	Total Produsen/ Pengrajin	Pertumbuhan
2007	408	-
2008	560	37,25%
2009	505	-9.82%
2010	545	7.92%
2011	353	-35.23%
2012	264	-25.21%

Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT)
Perindustrian Boneka Paris Van Java di Bandung.

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, menujukkan bahwa jumlah produsen atau pengrajin Sentra UKM Boneka Paris Van Java di tahun 2007-2012 cenderung mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukan bahwa Sentra UKM Boneka Paris Van Java banyak yang gulung tikar. Berikut ini data Pendapatan Pengusaha Boneka di Sentra UKM Boneka Paris Van Java dari tahun 2009-2011, yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT)
Perindustrian Boneka Paris Van Java di Bandung.

Gambar 1.1
Grafik Pendapatan Pengusaha Boneka
Di Sentra Ukm Boneka Paris Van Java Di Bandung

Berdasarkan gambar 1.1 diatas pendapatan pengusaha boneka di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung, dari tahun 2009-2011 menunjukkan grafik pendapatannya yang terus mengalami penurunan. Hal ini diakui oleh koordinator Irfan selaku Staf UPT Perindustrian Boneka Paris Van Java di Bandung, bahwa jumlah pengusaha di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung cenderung mengalami penurunan dan banyaknya para pengusaha gulung tikar dikarenakan semakin menurunnya jumlah volume pendapatan. Hal ini

mengindikasikan bahwa kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java masih belum optimal.

Sementara dalam penelitian Wayan Gede Supartha, (2009:77) menyatakan bahwa pendapatan pengusaha akan selalu meningkat dari waktu ke waktu, sehingga dapat menguasai pangsa pasar yang lebih banyak dan sebaliknya apabila pendapatan pengusaha selalu menurun dari waktu ke waktu, sehingga pengusaha tersebut akan gulung tikar.

Kebutuhan pangsa pasar saat ini beranekaragam, sehingga dibutuhkan orientasi pasar sangat penting dalam manajeman pemasaran modern. Perusahaan yang berorientasi pasar di nilai memiliki pengetahuan tentang pasar yang lebih tinggi serta memiliki kemampuan berhubungan dengan pelanggan lebih baik. Akan tetapi, para pengusaha Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung seakan tidak peduli atas perubahan pasar sekarang, tidak ada pembahasan sama sekali strategi yang berkaitan dengan kondisi pasar oleh lembaga terkait. Mereka tidak peduli akan informasi-informasi yang menyebar dimedia mengenai informasi yang berkaitan dengan usahanya, sehingga mereka kalah dari pesaing karena mereka tidak tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapi kondisi pasar saat ini. Mereka terus membuat produk tanpa mengetahui keinginan pelanggan, karena mereka lebih tergantung pada kebijakan internal dari pada kebutuhan pasar yang nyata. Tidak ada respon sama sekali ketika pesaing maju lebih didepan dari pada dirinya, tidak ada koordinasi yang baik antara bagian-bagian yang terkait, ini sangat berbahaya dimana pelanggan menginginkan modifikasi suatu produk atau pelayanan yang sesuai dengan kebutuhannya yang

harus diwujudkan secara cepat. Kebutuhan pelanggan terus meningkat tetapi produk dari UKM sendiri dikatakan monoton sehingga berdampak pada orientasi pasar.

Ali Hasan, (2008:15) mendefinisikan bisnis yang berorientasi pasar dan memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan adalah sesuatu hal yang penting dimasa kini dan dimasa depan akan mengarah pada hasil produk dan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Menurut hasil wawancara dengan Irfan selaku Staf UPT Perindustrian Boneka Paris Van Java di Bandung, bahwa orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java masih kurang baik. Hal ini disebabkan oleh :

1) Para pengusaha masih kesulitan dalam memasarkan produksinya. Masih banyak para pengusaha di UKM Boneka Paris Van Java di Kota Bandung menggunakan pemasaran standar yaitu hanya membuat katalog dan mengandalkan display produk toko saja.
2) Kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha, Sentra UKM Boneka Paris Van Java hanya mengandalkan faktor insting dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya.
3) Para pengusaha UKM Boneka Paris Van Java di Bandung tidak peduli terhadap pelanggan, mereka tidak pernah mencari tahu seperti apa yang diinginkan pelanggan mereka sendiri, tidak ada interaksi dan informasi langsung untuk mempelajari bagaimana melayani kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

4) Kesulitan melakukan penelitian baik di lingkungan Sentra UKM Boneka Paris Van Java atau di lingkungan luar untuk pengembangan usaha yang mereka jalani pada saat ini sehingga lambatnya kemampuan dalam merespon.

Penghasilan produk dan pangsa pasar di Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar dan mampu membuat produk sesuai kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu UKM Boneka Paris Van Java di Bandung harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, tentunya harus didukung oleh kompetensi kewirausahaan yang dimiliki dengan baik.

Ali Hasan, (2008:15) mengungkapkan bahwa kompetensi kewirausahaan juga dapat berarti sebagai suatu kemampuan dalam menentukan atau memutuskan suatu permasalahan yang ada dalam suatu lingkup perusahaan atau bisnis sehingga perkembangan usaha yang dikelola oleh perusahaan dapat berkembang dan diterima oleh masyarakat.

Secara lebih spesifik, masalah dasar yang lain dihadapi UKM Boneka Paris Van Java di Bandung adalah kompetensi kewirausahaan. Menurut hasil wawancara dengan Irfan selaku (Staf UPT Perindustrian Boneka Paris Van Java di Bandung), adalah :

1) Produk-produk yang dihasilkan oleh Sentra UKM Boneka Paris Van Java masih biasa-biasa saja, masih standar, masih hanya mengandalkan

satu macam hasil produk yang mereka anggap bagus dan unggul sehingga terkesan monoton tidak ada pilihan produk lain.

2) Pasar yang mereka miliki masih sangat sempit, hanya toko yang berada disekitar Soekarnohatta saja para pengusaha memasarkan produknya, tidak ada upaya untuk memperluas pasar kedaerah lain maupun pasar luar yang lebih luas, sehingga sulit untuk memperoleh pangsa pasar dan memperluas pasar Sentra UKM Boneka Paris Van Java itu sendiri.
3) Para pengusaha masih mengalami masalah dalam mengelola keuangan, dimana masih campur aduknya antara keuangan pribadi dan keuangan hasil usaha mereka, tidak jelasnya keluar masuknya keuangan menjadi sulit membedakan mana uang pribadi dan uang perusahaan, para pengusaha masih sedikit yang memiliki pembukuan perusahaan yang baik, sehingga ketika akan melakukan pemodalan dari lembaga keuangan dan lembaga individu, sangat kesulitan karena keterbatasan pencatatan keuangan.
4) Para pengusaha sulit bekerjasama dengan pengusaha lainnya baik yang berada disekitar Sentra UKM Boneka Paris Van Java maupun yang berada diluar UKM Boneka Paris Van Java, ini dikarenakan para pengusaha sangat tertutup pada pihak lain, tidak ada pertukaran informasi karena para pengusaha merasa takut tersaingi dan takut kalah jika terjadi persaingan, sehingga sulit melakukan hubungan dengan pihak lain.

Kompetensi kewirausahaan itu sendiri merupakan faktor mendasar yang dimiliki seseorang yang mempunyai kemampuan lebih, yang membuatnya berbeda dengan seorang yang mempunyai kemampuan rata-rata. Sama halnya dengan usaha lainnya, permasalahan yang dihadapi Sentra UKM Boneka Paris Van Java seperti yang telah diuraikan diatas pada dasarnya meliputi : Pertama, masalah yang dihadapi yaitu kelemahan dalam hal pengetahuan teknik dan design produksi *(technical competence).* Kedua, masalah yang dihadapi yaitu dalam hal bagaimana memperoleh pasar dan memperluas pangsa pasar yang mereka miliki *(marketing competence).* Ketiga, masalah yang dihadapi yaitu dalam mengelola keuangan, struktur pemodalan, dan keterbatasan untuk memperoleh jalur-jalur permodalan *(financial competence).* Keempat, masalah yang dihadapi yaitu keterbatasan jaringan usaha, kesulitan menjalin kerjasama baik antara sesama pengusaha yang berada di sekitar Sentra UKM Boneka Paris Van Java yang beralamatkan di Jalan Soekarnohatta maupun dengan pengusaha lainnya *(human relation competence).*

Menuruh Ali Hasan, (2008:15) bahwa hubungan positif yang terjadi antara kompetensi dan orientasi pasar sama pentingnya dalam menciptakan keunggulan kompetitif sehingga menghasilkan kinerja bisnis yang baik.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung."**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Kompetensi kewirausahaan yang masih lemah diantaranya lemahnya pengetahuan teknik produksi dan desain produk, kesulitan memperoleh pasar dan memperluas pangsa pasar, lemahnya sistem pengelolaan keuangan serta keterbatasan jaringan usaha dan sulitnya menjalin kerjasama dengan pihak lain.
- Orientasi pasar yang masih kurang baik. Hal ini disebabkan kurangnya informasi sehingga kesulitan dalam memasarkan produk hanya mengandalkan katalog dan display serta kurang peduli terhadap pelanggan.
- Grafik pendapatan dari tahun 2009-2011 yang cenderung menurun dan jumlah produsen yang semakin menurun, karna banyaknya yang gulung tikar. Hal ini diindikasi kinerja bisnis Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung yang belum optimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan indentifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka penulis ingin menguraikan mengenai hal sebagai berikut:

1. Bagaimana kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
2. Bagaimana orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
3. Bagaimana kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah Semakin meningkatnya perkembangan usaha kecil menengah (UKM) mengakibatkan munculnya persaingan dengan usaha kecil menengah (UKM) lainnya. Kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha dan ditunjang orientasi pasar perusahaan yang diterapkan dalam usaha tersebut harus mampu mendorong para pengusaha untuk menentukan sikap terhadap perubahan yang terjadi dalam bisnis. Oleh karena itu penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tingkat pengaruh kompetensi kewirausahaan dan

orientasi pasar terhadap kinerja bisnis Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada maksud penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kompetensi wirausaha pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
2. Untuk mengetahui orientasi pasar pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
3. Untuk mengetahui kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna, tidak hanya bagi aspek teoritis tetapi aspek praktis.

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak yang terkait. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan Manajemen Bisnis
    - Hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen bisnis, terutama mengenai kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
    - Membandingkan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori bisnis yang telah dipelajari dengan kenyataan empiris yang terjadi dalam dunia usaha.
2. Bagi peneliti lain

    Hasil penelitian ini mudah-mudahan dapat menjadi tambahan informasi gambaran bagi penulis lain yang berkaitan dengan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis..
3. Bagi pembaca

    hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi pihak lain untuk melakukan penelitian ataupun menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.
4. Bagi penulis

    Menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya mengenai kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis yang didapat di bangku kuliah dengan yang pelaksanaan di lapangan.

1.4.2 Kegunaan Praktik

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran kepada Sentra UKM Boneka Paris Van Java di Bandung dalam menggunakan strategi kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
2. Bagi Pegawai

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.
3. Memberikan informasi mengenai perkembangan dan pengaruh kompetensi wirausaha dan orientasi pasar dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis.

   Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran tentang pentingnya peranan kompetensi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitianan dalam tempat dimana penulis melaksanakan dan mengadakan penelitian secara langsung dengan mempelajari bagian yang di observasikan serta untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis untuk menunjang judul yang diambil.

Penulis melaksanakan penelitian di UKM Boneka Paris Van Java di Bandung, melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Jawa

Barat, Balai Pengembangan Perindustrian, Unit Pengembangan UKM Perindustrian Boneka Soekarnohatta, Jl. Soekarno Hatta baypass, Kota Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian, dilaksanakan dimulai dari bulan Januari 2013 sampai dengan Juli 2013.

Tabel 1.3
Waktu Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

No.	Jadwal Kegiatan	Bulan																											
		Januari 2013				Februari 2013				Maret 2013				April 2013				Mei 2013				Juni 2013				Juli 2013			
		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	2	3	4
I	**Persiapan Penelitian**	■	■	■																									
	a. Pengajuan judul				■																								
	b. Persetujuan judul					■																							
	c. Perijinan persetujuan penelitian				■	■																							
II	**Proses Usulan Penelitian**																												
	a. Penulisan UP	■	■	■																									
	b. Bimbingan UP				■	■	■	■	■	■																			
	c. Sidang UP									■	■	■	■																
	d. Revisi UP													■	■	■	■	■	■	■	■								
III	**Proses Skripsi**																												
	a. Bimbingan Skripsi													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
	b. Pengolahan Data													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
	c. Sidang Akhir																									■	■	■	■