

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada saat ini di INDONESIA semakin banyak masyarakat yang memilih untuk membuat usaha, baik itu usaha dalam bidang jasa ataupun barang. Semakin meningkatnya pengusaha-pengusaha baru di Indonesia maka akan semakin baik perekonomian di Indonesia, karena akan semakin banyak barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat luas sehingga masyarakat akan cenderung memilih atau membeli barang karya dalam negeri. Oleh karena itu, semakin banyak para pengusaha baru berlomba untuk mengembangkan bisnisnya dan berlomba dalam hal kreativitas untuk mengambil alih pasar internasional.

Persaingan usaha yang semakin keras, memaksa setiap perusahaan bisnis untuk bertahan dengan bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan. Hanya perusahaan yang mampu menyesuaikan dengan keadaan lingkungan dan mampu mengembangkan usahanya. Untuk itu, suatu perusahaan bisnis harus mampu memilih strategi yang tepat untuk perusahaan tersebut. Ketatnya persaingan usaha sekarang ini tentu saja dirasakan juga oleh pengusaha kecil dan menengah. Maka, setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada, agar mampu bersaing dengan pihak pesaing.

Perkembangan dunia usaha saat ini berjalan dengan pesat, khususnya Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan setiap pelaku usaha bisnis harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mempunyai

keberhasilan usaha. Persaingan yang semakin ketat menuntut masing-masing UKM harus selalu melakukan yang terbaik dalam setiap kegiatannya. Agar tetap survive, produknya harus bisa diterima konsumen.

Sekretaris Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop dan UKM), Agus Muharram menargetkan wirausaha UKM baru akan tumbuh sekitar 5 persen pada 2019. Ini mengingat pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia setiap tahunnya (Liputan6.com, Jakarta). Dunia usaha di Jawa Barat pada saat ini masih didominasi oleh Usaha Mikro Kecil (UMK). Dari hasil SE (Sensus Ekonomi) 2016 Lanjutan, jumlah usaha ini mencapai lebih dari 4,5 juta usaha atau 98,84 persen dari total usaha nonpertanian di Jawa Barat. Usaha ini juga mampu menyerap tenaga kerja Jawa Barat lebih dari 9,7 juta orang atau sekitar 74,07 persen dari total tenaga kerja nonpertanian. Ketika krisis menerpa Indonesia termasuk Jawa Barat pada sekitar tahun 1997-1998, UMK terbukti tetap berdiri kokoh di saat usaha-usaha besar lainnya berjatuhan.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah dan Persentase UMK Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat, 2016**

Kabupaten/ Kota	Jumlah	Presentase (%)
Kab. Bogor	367.271	8,08
Kab. Bandung	347.573	7,65
Kota Bandung	330.314	7,27
Kab. Sukabumi	266.729	5,87
Kab.Garut	258.314	5,68

Kab. Cirebon	249.823	5,50
Kab. Cianjur	249.061	5,48
Kab. Karawang	229.031	5,04
Kab. Bekasi	227.110	5,00
Lainnya	2.020.648	44,45
Total	4.545.874	100,00

*Sumber : BPS SE2016-Lanjutan*

Dari tabel diatas, konsentrasi UMK tersebar pada masing-masing kabupaten/kota di Jawa Barat. Terdapat tiga kabupaten/kota yang persentase UMKnya lebih dari 7 persen terhadap total UMK Jawa Barat. Beberapa diantaranya adalah Kabupaten Bogor, Kabupaten Bandung, dan Kota Bandung yang memiliki kontribusi sebesar 23 persen dari total UMK Jawa Barat.

Kabupaten Bandung merupakan urutan kedua dari jumlah UMK di Jawa Barat, dan Kota Bandung menduduki urutan ketiga. Maka dari itu, tak heran jika Bandung kerap dijuluki surganya belanja dengan sebutan lain Paris Van Java. Selain menyediakan berbagai macam industri kreatif yang beraneka ragam, kabupaten ini juga sering menjadi buruan para pembeli yang ingin mendapatkan berbagai produk dan kebutuhan dari Kabupaten Bandung khususnya pakaian.

Para pelaku usaha pakaian di Kabupaten Bandung, khususnya di wilayah Rancaekek merupakan usaha yang menjual berbagai jenis pakaian, mulai dari pakaian wanita, pakaian pria, hingga pakaian muslim dan pakaian anak. Jumlah pelaku usaha pakaian di Rancaekek berjumlah 61 orang termasuk yang berjualan di

Perumahan. UKM ini pun tidak terlepas dari ketatnya persaingan, hal ini disebabkan karena terdapat banyaknya pelaku usaha pakaian lain yang menjadi kompetitor. Karena ketatnya persaingan ini, maka pelaku usaha harus mempunyai strategi agar dapat bersaing dan bertahan dengan mengembangkan usahanya. Karena bila perusahaan tidak memiliki tingkat keberhasilan usaha, maka perusahaan mempunyai resiko yang tinggi untuk gulung tikar.

Ada fenomena yang sedang dirasakan oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk INDONESIA, yaitu tersebarnya wabah Covid-19. Adanya wabah tersebut menyebabkan para pelaku usaha pakaian di Rancaekek sepi pelanggan akibat pandemi tersebut dan aturan pemerintah yang mengharuskan kita berdiam diri di rumah. Selain itu, efek *Lockdown* juga menyebabkan terhambatnya penjualan mereka. Pelaku usaha yang biasanya membeli produk dagangan mereka di Jakarta, akhirnya terhambat karena tidak bisa pergi.

Tentu hal ini membuat mereka khawatir akan tingkat produksi penjualan mereka. Persediaan barang dagangan dari salah satu pelaku usaha terlihat kosong dikarenakan efek *lockdown* tersebut. Namun dibalik itu semua, tidak membuat mereka patah semangat dan tetap berjualan seperti biasanya. Hal ini merupakan salah satu bentuk semangat mereka agar usahanya tetap berhasil.

Keberhasilan usaha dinilai dari berkembangnya usaha tersebut. Namun tidak selamanya keberhasilan akan terus dirasakan, kadang kala usaha pun ada masa turunnya. Seperti saat ini misalnya, di tengah-tengah Pandemi Covid-19 para pelaku usaha mempunyai masalah terhadap usahanya, yaitu mereka mengalami penurunan dalam tingkat penjualan dan juga berkurangnya keuntungan atau profit

dalam usaha mereka. Akan tetapi itu tidak menurunkan semangat mereka untuk terus berjualan di keadaan pandemi ini.

Selain itu, ada faktor pendukung lain yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha tersebut, yang pertama adalah efikasi diri. Di balik pandemi ini, ada beberapa pelaku usaha yang tidak bisa menghadapi kesulitan dan hambatan karena keadaan yang sedang terjadi sekarang. Menurut mereka, ini sangatlah berat karena virus corona tersebut. Selain itu, para pesaing pakaian yang berjualan secara online juga menjadi tantangan untuk para pelaku usaha yang berjualan offline alias membuka toko. Maka dari itu, para pelaku usaha diharuskan mempunyai sikap efikasi diri agar dapat bersaing dengan pesaingnya.

Faktor yang kedua adalah motivasi usaha. Motivasi usaha sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan usaha. Namun dalam keadaan pandemi seperti sekarang ini, ada banyak hambatan yang mereka rasakan, salah satunya dari aturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat berdiam diri di rumah dan membatasi kegiatannya di luar rumah. Selain faktor covid-19, para pelaku usaha juga diwajibkan dapat mengambil resiko yang akan datang, contohnya banjir, Rancaekek merupakan daerah yang sering terkena dampak banjir, hal ini menyebabkan mereka untuk bersiaga apabila terjadi banjir maka persediaan barang mereka harus segera di simpan di tempat yang aman agar tidak mendapat kerugian.

Maka dari itu, penulis melakukan survey awal kepada 10 responden pelaku usaha pakaian di rancaekek, berikut hasil survey awal yang telah dilakukan :

**Tabel 1.2**  
**Survey awal mengenai Efikasi Diri**

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Saya yakin dapat menyelesaikan tugas tertentu	10	100%	0	0%
2.	Saya yakin dapat memotivasi diri untuk melakukan tindakan yang diperlukan dalam menyelesaikan tugas	9	90%	1	10%
3.	Saya yakin bahwa saya mampu menghadapi hambatan dan kesulitan	4	40%	6	60%

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa ada beberapa responden yang menjawab tidak terhadap indikator yakin bahwa saya mampu menghadapi hambatan dan kesulitan. Karena menurut mereka, penjualan mereka benar-benar menurun. Sehingga dirasa kurang mampu dalam menghadapi hambatan dan kesulitan yang disebabkan virus corona ini. Mereka juga kesulitan untuk berbelanja pakaian yang akan mereka jual karena hampir setiap daerah mengalami *Lockdown*, jadi mereka tidak bisa pergi untuk berbelanja pakaian yang akan dijual oleh mereka.

Di luar Covid-19 mereka harus tetap meyakinkan diri dalam usahanya karena banyak pesaing di bidang yang sama, mereka harus membuat strategi agar tetap bertahan. Hambatan lainnya yaitu adanya pesaing mereka dimana pelaku usaha tersebut sudah mempunyai nama dan dikenal oleh masyarakat luas seperti Ria Busana, Rabbani, dan Cardinal.

Selain itu juga, pesaing yang menjual pakaian dengan harga murah menjadikan hambatan lain yang harus dihadapi, karena biasanya jika berhubungan dengan harga para konsumen akan mencari dengan harga murah dan barang yang

berkualitas. Sehingga mereka pun harus memutar otak agar tidak kehilangan pelanggan setianya.

**Tabel 1.3**  
**Survey awal mengenai Motivasi Usaha**

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Saya dapat mengambil resiko dalam berwirausaha	6	60%	4	40%
2.	Saya mempunyai kemampuan memimpin dalam berwirausaha	10	100%	0	0%
3.	Saya mempunyai kemampuan dalam hal keorisinilan	10	100%	0	0%

Dari tabel 1.3 dapat dilihat bahwa indikator mengambil resiko dalam berwirausaha 4 orang pelaku usaha menjawab tidak, itu dikarenakan jika terjadi bencana seperti banjir, penjualan mereka menjadi terhambat. Karena ada beberapa daerah bila terjadi banjir, ketinggian banjir tersebut bisa selutut orang dewasa hingga sedada orang dewasa.

Selain itu, adanya pesaing yang menjual pakaiannya secara online, menjadi salah satu resiko yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha. Karena pada zaman sekarang, kita dimudahkan dalam berbagai hal salah satunya berbelanja online, karena hanya dengan menggunakan handphone kita bisa berbelanja apapun sesuai

kebutuhan. Apalagi para E-commerce banyak yang menawarkan *sale* maupun *cashback* yang membuat para konsumen tertarik terutama kaum hawa.

Resiko lain pun harus dihadapi setiap minggunya yaitu adanya pasar tumpah atau pasar dadakan, dimana akan banyak pelaku usaha yang menjual dagangan yang serupa menggunakan mobil, ini juga merupakan resiko yang harus dihadapi oleh para pelaku usaha yang mempunyai toko.

**Tabel 1.4**  
**Survey awal mengenai Keberhasilan Usaha**

No	Pernyataan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
1.	Jumlah penjualan usaha saya meningkat	0	0%	10	100%
2.	Keuntungan atau profit usaha saya bertambah	0	0%	10	100%
3.	Usaha saya berkembang dengan baik	7	70%	3	30%

Dari tabel 1.4 dapat dilihat bahwa ada dua indikator yang menjadi masalah, yaitu jumlah penjualan yang meningkat dan keuntungan atau profit yang meningkat. Semua responden kompak menjawab tidak pada kedua indikator tersebut. Hal itu dikarenakan keadaan yang benar-benar membuat jumlah penjualan dan keuntungan penjualan mereka menurun akibat virus corona ini.

Di balik Pandemi ini, semua mengalami kesulitan dan hambatan, karena segala aktivitas menjadi terbatas dan terhambat, tidak seperti biasanya. Para pelaku



usaha yang tadinya jumlah penjualan meningkat saat menjelang hari raya , tiba-tiba menjadi menurun, yang selalu ramai pun, menjadi cukup sepi.

Begitupun dengan keuntungan atau profit penjualan mereka. Sebelumnya, profit bisa bertambah bila ada hari penting seperti idul fitri ( saat malam takbir) maupun tahun baru, sekarang menjadi berkurang akibat pandemi. Para pelaku usaha pun tetap berjualan meskipun dalam keadaan seperti sekarang.

Berdasarkan hasil pra-kuesioner sementara kepada para pelaku usaha pakaian di wilayah rancaekek , terlihat beberapa masalah yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, yaitu mengenai kurang mampunya responden menghadapi hambatan dan kesulitan pada pandemi covid-19, banyak resiko yang harus dihadapi, serta jumlah penjualan dan keuntungan yang menurun pada usaha responden. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian :

**“PENGARUH EFIKASI DIRI DAN MOTIVASI USAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (SURVEI PADA PELAKU USAHA PAKAIAN DI WILAYAH RANCAEKEK )”.**

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas penulis mengidentifikasi masalah-masalah yaitu:

1. Kurang mampunya pelaku usaha dalam menghadapi hambatan dan kesulitan yang sedang terjadi saat ini
2. Kurang mampunya beberapa pelaku usaha dalam mengambil resiko
3. Menurunnya jumlah penjualan dan menurunnya profit penjualan pada pelaku usaha

### **1.2.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah penulis pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Efikasi Diri Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek
2. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Motivasi Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek
3. Bagaimana tanggapan pelaku usaha mengenai Keberhasilan Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek
4. Seberapa besar Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek secara Parsial dan Simultan

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Survei pada Pelaku Usaha Pakaian di Wilayah Rancaekek).

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Efikasi Diri Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Motivasi Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek.

3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Keberhasilan Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek.
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Penjualan Pakaian di Rancaekek secara Parsial dan Simultan.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pihak Pelaku Usaha Pakaian di wilayah Rancaekek atau bahan analisis dalam mengetahui Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Survei pada Pelaku Usaha Pakaian di Wilayah Rancaekek).

##### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

###### **1. Bagi Penulis**

Hasil Penelitian ini merupakan pengalaman untuk berwirausaha dan mengembangkan suatu usaha, dimana penulis dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha (Survei pada Pelaku Usaha Pakaian di Wilayah Rancaekek).

###### **2. Bagi Peneliti Lain**

Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti lain, dalam menambah ilmu dan sumber penelitian yang berguna bagi peneliti lain.

#### **1.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat di Wilayah Rancaekek, Kabupaten Bandung.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Pelaksanaan Penelitian**

No	Uraian	Waktu Kegiatan																											
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September							
		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.	Pengajuan Judul	■	■	■	■																								
2.	Penyusunan Bab 1-3					■	■	■	■																				
3.	Survey Awal									■	■																		
4.	Revisi											■	■																
5.	Penelitian Lapangan													■	■	■													
6.	Penyusunan Bab 4-5																■	■											
7.	Bimbingan																	■	■	■	■								
8.	Sidang																									■	■	■	■