

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia, peranan Usaha Kecil Menengah dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi pengangguran, memperluas kesempatan kerja, memerangi kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah lebih diarahkan pada industri besar yang bercorak pada modal dan sudah memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Seharusnya pemerintah dapat mengusahakan secara optimal keberadaan industri kecil. Pemerintah seharusnya membina dan mengembangkan industri kecil agar mampu berkembang luas.

Kota Bandung sejak dulu dikenal dengan sebutan kota kembang sekarang lebih dikenal dengan kota kreatif. Hal ini dikarenakan kreatifitas masyarakat Kota Bandung mendukung berkembangnya sektor ekonomi lokal karena dengan kreatifitas masyarakat mampu membuat dan menghasilkan produk dengan inovasi baru dibidang fashion, desain, arsitektur, IT bahkan musik yang ada di Kota Bandung. Atas dasar kreatifitas masyarakat tersebut, melalui Bandung Creative City Forum (BCCF) pada tahun 2008 Kota Bandung memperoleh penghargaan sebagai proyek percontohan Kota Kreatif se-Asia Pasifik pada even internasional yang diselenggarakan oleh British Council. Selain menjadi proyek percontohan Kota Kreatif se-Asia-Pasifik, Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2013 mengajukan Kota Bandung dan tiga kota lainnya yakni Yogyakarta, Solo, dan Pekalongan sebagai Creative

City kepada lembaga PBB di bidang pendidikan, ilmu pengetahuan, dan budaya atau UNESCO pada 2014.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu kegiatan ekonomi yang tumbuh di Indonesia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016, diperoleh hasil data dari survey jumlah UMKM yaitu terdapat 26.711.001 unit usaha yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Pada wilayah-wilayah padat penduduk seperti di Pulau Jawa, UMKM lebih berkembang dibandingkan pulau lainnya, diperoleh data yaitu sekitar 16.223.586 unit usaha yang ada di Pulau Jawa. Dan dari beberapa Provinsi yang ada di Pulau Jawa salah satunya adalah Provinsi Jawa Barat memiliki jumlah usaha yaitu sebesar 4.634.807 unit usaha.

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Tahun 2016

No.	Cakupan Wilayah	Jumlah UMKM
1	Indonesia	26.711.001 unit
2	Pulau Jawa	16.223.586 unit
3	Jawa Barat	4.634.807 unit

Sumber : *Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016*

Usaha kecil menengah adalah salah satu sektor yang memiliki nilai yang strategis dari sudut kepentingan ekonomi Kota Bandung. Dari sekian banyak sentra UMKM di Kota Bandung, salah satu sentra yang memiliki persaingan dengan sentra lain yang sejenis di daerah Kota Bandung adalah sentra industri yang memproduksi boneka. Kota Bandung memiliki 4 Sentra Industri Boneka, yaitu Sentra Industri Boneka Holis, Sentra Industri Boneka Sukamulya, Sentra Industri Boneka Kopo Sayati dan Sentra Industri Boneka Cijerah.

Tabel 1. 2

Data Sentra Industri Boneka di Kota Bandung Tahun 2018

No	Nama Sentra	Kecamatan	Kota	Provinsi	Investasi	Unit	Pelaku Usaha
1.	Boneka Holis	Bandung Kulon	Bandung	Jawa Barat	2,691(Milyar)	768,940	32
2.	Boneka Sukamulya	Sukajadi	Bandung	Jawa Barat	1,74 (Milyar)	792,300	17

Sumber : Dinas UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.2, pada tahun 2018 terdapat dua sentra industri boneka di Kota Bandung yaitu sentra industri boneka Sukamulya sebanyak 17 pelaku usaha dan Sentra industri boneka Holis sebanyak 32 pelaku usaha. Secara keseluruhan, jumlah pelaku usaha Industri boneka di Kota Bandung terus mengalami penurunan. Selain itu, para pelaku usaha di sentra industri boneka Holis mengalami penurunan meskipun tidak terjadi penurunan drastis seperti pada industri boneka Sukamulya. Hal ini menandakan bahwa terjadinya kegagalan usaha pada beberapa pelaku usaha di industri boneka di kota Bandung. Sementara pada sentra boneka Holis terjadi penurunan kapasitas produksi, hal inilah yang membuat penelitian difokuskan pada sentra boneka Holis agar dapat mengetahui lebih mendalam yang menjadi penyebab dari penurunan kapasitas produksi tersebut. Penurunan jumlah pengusaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah Pemilik Usaha/ Pengrajin di Sentra Industri
Boneka Holis Bandung

No	Tahun	Jumlah Pengrajin
1	2005	32 orang
2	2007	57 orang
3	2008	47 orang
4	2009	45 orang
5	2012	48 orang
6	2014	34 orang
7	2019	30 orang

Sumber : *Sentra Industri Boneka Holis Bandung 2019*

Menurut data yang diperoleh bahwa terjadi penurunan jumlah pemilik usaha di Sentra Industri Boneka Holis Bandung, dari tahun ke tahun yang awalnya terdapat 57 pemilik usaha yang ada di Sentra Industri Boneka Holis Bandung hingga pada tahun 2019 terjadi penurunan jumlahnya menjadi 30 pemilik usaha,

Terjadinya penurunan jumlah pemilik usaha boneka Holis didasari oleh adanya persaingan antar sentra industri yang semakin tinggi kemudian untuk memproduksi boneka yang berkualitas saat ini semakin sulit dikarenakan bahan baku untuk membuat boneka yang berkualitas relatif naik, hal tersebut didasari dengan melemahnya nilai mata uang rupiah yang menyebabkan terjadinya masalah dalam segi produksi. Selain itu maraknya produk boneka dari luar negeri seperti Korea saat ini sudah banyak dipasaran mengingat sudah berlakunya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Tabel 1.4 merupakan data volume penjualan produk boneka Holis Bandung pada tahun 2016, 2017, 2018 sebagai berikut:

Tabel 1.4

Data Volume Penjualan Boneka di Holis

Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Unit/Satuan
2016	13.224 unit
2017	10.044 unit
2018	7.848 unit

Dilihat dari tabel 1.4 menunjukkan data volume penjualan boneka di Holis terlihat menurun dari tahun ke tahun. Kemudian menurut hasil wawancara dengan pengelola sentra sekaligus pemilik usaha boneka Holis Bandung, menurutnya penjualan boneka masih tergantung pada keterampilan masing-masing dan banyaknya relasi pemilik usahanya. Banyak yang mengalami kenaikan dan penurunan dalam penjualan. Relasi juga menjadi hal yang penting bagi tingkat penjualan produk boneka. Bahkan ada juga menjual produk hanya kepada pelanggan-pelanggan grosir yang sudah setia berlangganan untuk membeli produk boneka.

Terdapat fenomena yang terjadi pada Sentra Boneka Holis Bandung, mengenai Strategi dalam berwirausaha dan penurunan kinerja serta kurangnya kreativitas membuat produk. Sementara itu **Eddy Soeryanto Soegoto (2012:9)** menyatakan bahwa kreatifitas merupakan skill untuk melahirkan sesuatu yang baru dan membuat yang baru tersebut itu mempunyai nilai. Lemahnya motivasi Sentra UKM Boneka Holis untuk berkembang tidak lepas dari kurangnya faktor dukungan yang mampu memaksa mereka untuk berkembang dan berkompetisi

dipasar. Volume penjualan yang masih sedikit dan pangsa pasar yang relatif kecil menjadi pertimbangan sehingga Sentra UKM Boneka Holis 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 Holis harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, dan meningkatkan kinerja bisnis, tentunya harus didukung oleh Orientasi kewirausahaan, kreativitas dan kinerja usaha yang baik karna belum ada nya orientasi kewirausahaan dan kreativitas dalam membuat produk dan kurang nya kinerja usaha pada Sentra Boneka Holis maka terdapat kendala seperti penurunan penjualan, karna bentuk boneka yang hamper mirip atau sama dan kurangnya minat konsumen untuk membeli.

Sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal kepada 20 responden mengenai Orientasi kewirausahaan dan kreativitas terhadap kinerja usaha pada para pelaku usaha di sentra boneka Soekarno Hatta Holis Kota Bandung, dan hasilnya sebagai berikut :

Table 1.5
Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

No	Pernyataan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
Orientasi Kewirausahaan					
1	Apakah sebagai pelaku usaha sudah memperkenalkan produk baru kepada konsumen ? (<i>Inovatif</i>)	8	40%	12	60%
2	Apakah anda aktif dalam mendeteksi pesaing dan merespon permintaan pasar ? (<i>Proaktif</i>)	6	30%	14	70%

Sumber : Kuesioner Penelitian, diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil survey diatas, pada pertanyaan pertama sebanyak 20 responden (60%) menyatakan tidak tentang memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Pada pertanyaan yang kedua sebesar 14 responden (70%) menyatakan tidak bersaing secara aktif dengan para pelaku usaha yang lain dalam hal berbisnis.

Selain Orientasi kewirausahaan, variable Kreativitas juga penting untuk diteliti. Kreativitas yang dimiliki oleh pelaku usaha merupakan salah satu penentu keberhasilan usaha dalam memproduksi suatu produk karna dengan adanya ide-ide baru dan kreativitas pada produk maka akan menarik konsumen untuk membeli produk.

Table 1.6
Survey Awal Kreativitas

No	Pernyataan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
Kreativitas					
1	Apakah anda selalu memberikan ide-ide kreatif yang segar setiap saatnya	3	15%	17	85%
2	Apakah anda membiarkan karyawan anda untuk dapat mengekspresikan ide-ide yang dimilikinya	7	35%	13	65%

Sumber : Kuesioner Penelitian, diolah tahun 2019

Hasil survey pada kreativitas pertanyaan pertama 17 responden (85%) menyatakan tidak mampu untuk selalu memberikan ide-ide kreatif yang segar setiap saatnya. Pada pertanyaan kedua 13 responden (65%) tidak memberikan karyawan untuk dapat mengekspresikan ide-ide yang dimilikinya.

Selain Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas, Kinerja usaha juga sangat penting untuk diteliti. Karena dengan adanya kinerja usaha yang baik maka akan menghasilkan kualitas produk yang baik dan ketepatan waktu dalam pembuatan produk.

Table 1.7
Survey Awal Kinerja Usaha

No	Pernyataan	Ya	Presentase	Tidak	Presentase
Kinerja Usaha					
1	Apakah anda selalu optimis dengan peningkatan volume penjualan	5	15%	15	75%
2	Apakah anda dengan adanya kinerja usaha akan meningkatkan pertumbuhan modal	9	45%	11	55%

Sumber : Kuesioner Penelitian, diolah tahun 2019

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa pertama 15 responden (75%) menyatakan tidak mampu untuk selalu optimis dalam meningkatkan volume penjualan. sedangkan pada pertanyaan kedua, sebanyak 55% tidak mampu berusaha agar meningkatkan pertumbuhan modal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa selalu optimis dalam meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pertumbuhan modal dalam menjalankan usaha sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan latarbelakang penelitian diatas, maka penulis bisa membandingkan bahwa sentra boneka holis ini memiliki banyak kelemahan salah satunya adalah kurangnya kreativitas para pelaku usaha yang dirasakan mereka bahwa model boneka dari tahun ke tahun hanya mengikuti keinginan dan pemesanan oleh konsumen maupun karyawan.

Dibandingkan dengan sentra kain cigondewah jelas sentra boneka ini sangat tertinggal dalam hal kemajuan ataupun perkembangan. Dari segi kinerja usahanya sentra boneka kurang optimis dalam menjalankan usahanya dan hanya memanfaatkan satu atau dua pelanggan (distributor) tidak berani mengambil resiko lebih tinggi lagi. Sedangkan sentra kain cigondewah sudah banyak

didengar dari kalangan sehingga para (supplayer maupun distributor) mampu bersaing dengan competitor yang lain.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Boneka Holis Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan Survey dan wawancara awal kepada 20 pelaku usaha boneka yang masih bertahan sampai pada saat ini, Orientasi kewirausahaan yang di terapkan dalam diri penjual lebih dipusatkan pada kerja keras yang lebih difokuskan pada modal dan kurangnya daya juang dalam mempertahankan usahanya untuk tetap maju dan berkembang. Mereka lebih memilih menutup usaha bonekanya guna menghindari kerugian daripada bertahan menghadapi Resiko-resiko yang akan terjadi. Seharusnya para pelaku usaha dituntut untuk tampil beda agar mampu bersaing dengan penjual lainnya.

Disamping itu para pelaku usaha boneka pada sentra Boneka Holis Bandung kurang kreativitas dalam membuat produk Sehingga boneka yang mereka buat hampir memiliki bentuk yang sama dan mirip, serta kurangnya rasa percaya diri dan stragtegi dalam berbisnis yang dimiliki para penjual dalam hal Pemasaran Produk, mereka lebih memilih untuk memajang hasil penjualan mereka di depan etalase dan memasarkannya ke daerah sekitar dibandingkan menggunakan cara pemasaran yang lebih modern seperti contohnya memasarkan produk melalui media internet ataupun melalui media instagram.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha para pelaku usaha di Sentra Boneka Holis Bandung.

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan tersebut maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Orientasi kewirausahaan Para Pelaku usaha Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung
2. Bagaimana Kreativitas Para Pelaku usaha Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung
3. Bagaimana Kinerja Usaha Para Pelaku usaha Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Para Pelaku usaha Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung secara parsial dan simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi yang berkaitan dengan pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap kinerja usaha untuk dianalisis dan diinterpretasikan guna penyusunan tugas akhir di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini berdasarkan latar belakang identifikasi dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas adalah :

1. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan Para Pelaku usaha boneka di sentra Boneka Holis Bandung
2. Untuk mengetahui Kreativitas Para Pelaku usaha boneka di sentra Boneka Holis Bandung
3. Untuk mengetahui Kinerja Para Pelaku usaha boneka di sentra Boneka Holis Bandung
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Para Pelaku usaha boneka di sentra Boneka Holis Bandung secara parsial dan simultan.

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 Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas. Serta berguna untuk memperbaiki Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas usaha pada penjual Boneka di Sentra Boneka holis Bandung sehingga dapat melakukan perubahan-perubahan yang positif seperti tercapainya kinerja usaha.
2. 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 Orientasi kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap kinerja usaha.

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 Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja usaha penjual Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis khususnya mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Penjual Boneka di Sentra Boneka Holis Bandung sebagai perilaku yang nyata dengan menerapkan teori-teori yang penulis dapatkan selama perkuliahan dan membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Serta melatih kemampuan penulis dalam menganalisa suatu masalah dan berpikir sistematis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitian pada UKM Sentra Boneka Jln. Soekarno Hatta Holis No 70 Kota Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019.

Tabel I.8
Waktu pelaksanaan penelitian

NO	Uraian	WAKTU KEGIATAN																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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 usulan penelitian				■																				
6	Revisi					■	■	■	■																
7	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Bimbingan																	■	■	■	■				
9	Sidang																					■	■	■	■