

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat pengangguran yang tinggi merupakan fenomena empiris yang terjadi di Indonesia memberikan pelajaran berharga tentang perlunya setiap individu untuk mempunyai kreativitas, pengetahuan, dan keahlian untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain. Sektor informal banyak dijadikan sebagai salah satu alternatif pilihan dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satu sektor informal yang banyak diminati adalah usaha kecil. Usaha kecil merupakan penyangga perekonomian masyarakat lapisan bawah, tidak membutuhkan modal yang terlalu besar, sarana produksi yang tidak terlalu mahal, mampu menyerap tenaga kerja, mudah beradaptasi dengan pasang surut permintaan pasar, dan mampu bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berikut peneliti sajikan data kriteria UMKM (usaha mikro kecil menengah) kota Bandung tahun 2008 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Kriteria UMKM Menurut UU No. 20/2008

No.	Uraian	Kriteria Menurut UU No. 20/2008		Uraian	Jumlah Tenaga Kerja
		Asset (Rupiah)	Omzet (Rupiah)		
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	300 Juta	Industri Rumah Tangga/ Mikro	4 Orang
2	Usaha Kecil	> 50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar	Industri Kecil	5 – 19 Orang
3	Usaha Menengah	> 500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar	Industri Menengah	20 – 99 Orang

Sumber : Tambunan 2012

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, Kekayaan bersih adalah pengurangan total nilai kekayaan usaha (asset) dengan total nilai kewajiban, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Berikut peneliti sajikan data kontribusi subsektor industri kreatif di kota Bandung Tahun 2016 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota Bandung Tahun 2016

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Persentase
1.	Periklanan	8.305.034.367	7,93%
2.	Arsitektur	4.134.446.695	3,95%
3.	Pasar Barang Seni	685.870.805	0,65%
4.	Kerajinan	10.170.688.435	10,82%
5.	Kuliner	45.080.768.980	43,71%
6.	Desain	6.159.598.596	5,88%
7.	<i>Fashion</i>	16.803.769.843	15,62%
8.	Video, Film, Fotografi	250.431.983	0,24%
9.	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
10.	Musik	3.824.179.411	3,65%
11.	Seni Pertunjukan	124.467.644	0,12%
12.	Penerbit dan Percetakan	4.283.989.793	4,09%
13.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.040.637.861	0,99%
14.	Televisi dan Radio	2.136.827.023	2,03%

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan data Tabel 1.2 menurut sumber Kompas menjelaskan bahwa terdapat 14 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi di kota Bandung tahun 2016. Berdasarkan data Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa PDB industri kreatif kota Bandung didominasi oleh industri kuliner sebesar 43,71% karena kuliner merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha di kota Bandung.

Salah satu wujud usaha kecil dan menengah (UKM) dalam sektor perdagangan adalah pedagang makanan kaki lima yaitu orang yang memulai usahanya dengan modal yang relatif kecil berusaha dibidang produksi dan penjualan makanan. Usaha pedagang kaki lima merupakan kelompok usaha yang tidak terpisahkan dari aset pembangunan nasional yang berbasis kerakyatan, dan merupakan sektor informal yang memiliki potensi untuk menciptakan dan memperluas lapangan kerja, dan mempunyai potensi dan peranan yang strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan ekonomi dan pembangunan nasional.

Penelitian ini di ambil pada UMKM di Kota Bandung bertujuan agar peneliti mengetahui perkembangan berwirausaha pada usaha bakso peneliti berminat melakukan penelitian pada objek usaha bakso karena perkembangan usaha ini sangat berpesat sehingga banyak peminat nya maka peneliti ingin mengetahui perkembangannya dari hari ke hari sehingga usaha ini sangat diminati oleh banyak kalangan sehingga menjadi usaha yang besar .

Sektor perdagangan makanan kaki lima di Kota Bandung secara umum mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hampir di setiap kawasan dijumpai pedagang makanan jenis kaki lima. Hal ini menunjukkan bahwa sektor wirausaha yang banyak diminati adalah sebagai pedagang makanan dan menjadikan masyarakat mempunyai banyak alternatif dalam memilih jenis makanan yang di inginkan dengan berbagai variasi citarasa karena konsumen selalu menginginkan hal yang baru dari bisnis UMKM. Masyarakat sekitar lebih memilih untuk membeli kebutuhannya termasuk makanan. Padatnya jumlah

penduduk di Kota Bandung ini menjadikan pesatnya pertumbuhan pedagang makanan kaki lima. Berikut adalah daftar pengusaha bakso di Bandung :

Tabel 1.3
Daftar Pengusaha Bakso di Bandung

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Mie Bakso Akung	Jl. Lodaya No.123 Bandung
2.	Bakso Malang Enggal	Jl. Burangrang No.12, Bandung
3.	Bakso Cuanke Serayu	Jl. Serayu No.2 (patokan Jl. Riau dekat taman Pramuka) & Jl. Mangga Bandung
4.	Bakmi E'ncek	Jl. Guntur No.24 Bandung
5.	Bakso Malang Mandeep	Jl. Citarum No.32 Bandung
6.	Bakso Barbel Agung Hercules	Ruko Puri Dago Antapani Jl. Trs. Jakarta No.324 Bandung
7.	Bakso So'un	Jl. Veteran No.3 Bandung
8.	Mie Bakso Pangsit Miskam	Jl. Talaga Bodas No.52 Bandung
9.	Bakso "Mantep" Solo belakang BIP	Jl. Sumatera (belakang Bandung Indah Plaza/BIP) Bandung
10.	Bakso Semar	Jl. Semar (daerah Pasir Kaliki) & Jl. Cihampelas No.47 Bandung
11.	Mie Bakso Rudal Anggrek	Jl. Anggrek (Dekat pertigaan Jl. Supratman – Jl. Anggrek) Bandung
12.	Bakso Linggarjati	Jl. Balong Gede No.1 (daerah alun-alun) Bandung
13.	Bakso Siomay Batagor Citamiang	Jl. Cisokan No.60 Bandung
14.	Bakso Ja'i	Jl. Gudang Selatan (samping rel kereta api Kosambi) Bandung
15.	Bakso Goyang Lidah	Jl. Laswi (tepat disebelah rel kereta api Bandung)
16.	Baso Tasik	JL. Mahmud 4 No. 5 Bandung
17.	Bakso Arief	Jl. Wira Angun-Angun Depan Candela
18.	Bakso Boedjangan	Jl. Dipatiukur No. 1, Jl. Burangrang, Jl. Pahlawan
19.	Bakso Campur	Jl. Veteran No. 46 & Jl. Anggrek (Rumah Anak)
20.	Bakso Istigfar	Jl. Sukawarna Belakang BTC Pasteur Bandung
21.	Bakso Kadeudeuh	Jl. Cikutra No.237 Bandung
22.	Bakso Panghegar	Jl. Holis No. 20 Caringin Bandung
23.	Bakso Padasuka	Jl.Padasuka No.877 Padasuka, Cibeunying Kiduk Bandung
24.	Bakso iksan	Jl. Geger kalong no 40 Bandung
25.	Bakso Yamien Aquarius	Jl. Sultan Tirtayasa No.3 Citarum Bandung Wetan
26.	Bakso Mas Tato	Jl. Ternate No. 10 Bandung wetan
27.	Mie Jakarta	Jl. Ciumbuleuit No. 151 Hegarmanah, Cidadap Bandung
28.	Mie Bakso Bungsu	Jl. Veteran No.46 kb. Pisang,

No.	Nama Usaha	Alamat
		Sumur Bandung
29.	Bakso Goreng Anugrah	Jl.Pajajaran No. 37, Pasir Kaliki, Cicendo Bandung
30.	Bakso Rusuk Samanhudi	Jl. Ir. H . Djuanda No. 342b, Dago Coblong Bandung

Tabel 1.3 di atas menunjukkan daftar jumlah pengusaha bakso yang menjadi objek penelitian penulis. Berdasarkan survey awal yang dilakukan penulis pada 30 pengusaha bakso di Bandung, penulis mendapatkan data dari wawancara yang menunjukkan data pengunjung pada 3 Tahun terakhir. Data tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
Jumlah Pengunjung Warung Bakso pada 3 Tahun Terakhir

No	Nama Usaha Bakso	Jumlah Pengunjung Pada 3 Tahun Terakhir		
		2014	2015	2016
1.	Mie Bakso Akung	3570	3200	2800
2.	Bakso Malang Enggal	3520	3430	3320
3.	Bakso ihksan	3940	3800	3355
4.	Bakmi E'ncek	2740	2570	2322
5.	Bakso Malang Mandeep	2750	2990	2211
6.	Bakso Barbel Agung Hercules	2555	3100	2900
7.	Bakso So'un	3244	3080	2560
8.	Mie Bakso Pangsit Miskam	3701	3444	2500
9.	Bakso Mantep Solo belakang BIP	3765	3122	2750
10.	Bakso Semar	3456	3100	2666
11.	Mie Bakso Rudal Anggrek	3333	3450	2411
12.	Bakso Cuanki Serayu	1310	2000	1061
13.	Bakso Siomay Batagor Citamiang	3000	3120	2500
14.	Bakso Ja'i	3400	3570	2600
15.	Bakso Goyang Lidah	2333	2444	3000
16.	Bakso Tasik	2678	2890	2440
17.	Bakso Arief	2400	1900	2555
18.	Bakso Boedjangan	2350	1450	2678
19.	Bakso Campur	2700	1700	2800
20.	Bakso Istigfar	1500	1467	2300
21.	Bakso Kadeudeuh	2150	2200	2600
22.	Bakso Panghegar	2400	3000	2800
23.	Bakso Padasuka	2180	2400	2200
24.	Bakso Linggarjati	2900	2700	2750
25.	Bakso Yamien Aquarius	2111	2800	2120
26.	Bakso Mas Tato	2671	3000	2700
27.	Mie Jakarta	2340	2221	2654
28.	Mie Bakso Bungsu	2700	2500	2789

29.	Bakso Goreng Anugrah	2500	2670	2457
30	Bakso Rusuk Samanhuri	2190	2800	2312

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa dari beberapa pedagang bakso yang ada di Kota Bandung, menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa bakso cuanki serayu mengalami penurunan pengunjung paling besar dibanding dengan beberapa pedagang bakso lainnya dalam kurun waktu setahun. Hal ini menunjukkan bahwa bakso cuanki serayu masih kalah bersaing dibandingkan dengan beberapa pengusaha bakso lainnya dari hasil wawancara.

Berdasarkan survei lanjutan penulis mendapatkan data mengenai omset perbulan pada masing–masing usaha hasil survey tersebut akan disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1.5
Pendapatan Per Tahun UMKM Bakso di Kota Bandung

No	Nama Usaha	Omset Per Tahun			TargetPendapatan Per Tahun
		2014	2015	2016	
1.	Bakso Boedjangan	159.250.000	140.000.000	138.000.000	180.000.000
2.	Bakso Cuanki Serayu	108.000.000	99.500.000	76.950.000	150.000.000
3.	Bakso Malang Enggal	145.000.000	142.000.000	133.875.000	187.000.000
4.	Bakso Mas Tato	147.000.000	133.750.000	125.550.000	155.000.000
5.	Bakso Semar	134.750.000	122.500.000	113.375.000	160.000.000
6.	Mie Bakso Akung	140.000.000	137.000.000	150.000.000	165.000.000
7.	Mie Bakso Rudal Anggrek	155.000.000	160.000.000	157.000.000	175.000.000
8.	Bakso ihksan	145.000.000	140.000.000	150.000.000	185.000.000
9.	Bakmi E'neck	135.000.000	130.000.000	140.000.000	170.000.000
10.	Bakso Malang Mandeep	140.000.000	135.000.000	145.000.000	190.000.000
11.	Bakso Barbel	155.000.000	160.000.000	150.000.000	160.000.000

	Agung Hercules				
12.	Bakso So'un	175.000.000	165.000.000	145.000.000	165.000.000
13.	Bakso Tasik	165.000.000	175.000.000	160.000.000	160.000.000
14.	Bakso Mantep Solo belakang BIP	180.000.000	160.000.000	155.000.000	170.000.000
15.	Bakso Siomay Batagor Citamiang	195.000.000	135.000.000	140.000.000	185.000.000
16.	Bakso Ja'i	190.000.000	140.000.000	165.000.000	180.000.000
17.	Bakso Goyang Lidah	200.000.000	185.000.000	170.000.000	190.000.000
18.	Mie Bakso Pangsit Miskam	210.000.000	190.000.000	180.000.000	200.000.000
19.	Bakso Arief	185.000.000	150.000.000	175.000.000	180.000.000
20.	Bakso Campur	190.000.000	175.000.000	160.000.000	185.000.000
21.	Bakso Istigfar	180.000.000	170.000.000	150.000.000	175.000.000
22.	Bakso Kadeudeuh	165.000.000	175.000.000	180.000.000	190.000.000
23.	Bakso Panghegar	150.000.000	165.000.000	145.000.000	155.000.000
24.	Bakso Padasuka	170.000.000	185.000.000	170.000.000	180.000.000
25.	Bakso Linggarjati	165.000.000	170.000.000	185.000.000	200.000.000
26.	Bakso Yamien Aquarius	160.000.000	180.000.000	175.000.000	175.000.0005
27.	Mie Jakarta	175.000.000	170.000.000	165.000.000	180.000.000
28.	Mie Bakso Bungsu	190.000.000	160.000.000	180.000.000	190.000.000
29.	Bakso Goreng Anugrah	175.000.000	170.000.000	165.000.000	185.000.000
30.	Bakso Rusuk Samanhuri	160.000.000	160.000.000	150.000.000	170.000.000

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa bakso cuanki serayu merupakan pedagang bakso yang paling kecil pendapatannya dibanding pedagang lainnya, hal ini berdampak pada tidak tercapainya target penjualan setiap tahunnya yang telah ditentukan. Berdasarkan penjelasan diatas memperkuat dugaan bahwa terdapat

beberapa permasalahan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan yang telah ditentukan.

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat beberapa temuan dari hasil observasi yang menunjukkan adanya permasalahan pada kinerja usaha pengusaha bakso kurang optimal. Sehingga perlu adanya peningkatan kinerja agar mencapai keberhasilan dalam berwirausaha.

Suatu usaha dapat meraih keberhasilan usaha apabila meraih peningkatan dalam penjualan, hasil produksi, keuntungan, perputaran dana berkembang cepat dan mampu memperoleh pertambahan penghasilan. Berdasarkan pada hasil survei pendahuluan yang telah penulis lakukan pada ke lima pengusaha bakso, maka penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang menurut mereka para pengusaha bakso tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja.

Berdasarkan hasil wawancara di atas peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja usaha kemudian penulis melakukan pra survey pendahuluan terhadap 30 pengusaha bakso yang di pilih sebagai mewakili seluruh responden.

Berikut adalah hasil pra survey pendahuluan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja :

Tabel 1.6
Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada
Bisnis Usaha Bakso

Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Realisasi
		SS	S	KS	TS	STS		
Efikasi Diri	Level (Magnitude)		2	1	2		15	60
	Luas Bidang Perilaku (Generality)		1	1	2	1	12	48
	Derajat Keyakinan		2	2	1		16	64

	dan Pengharapan (Strenght)							
Skor Rata-rata Realisasi Efikasi Diri								57
Jiwa Kewirausahaan	Percaya Diri		3	1	1		17	68
	Inisiatif		3	1	1		17	68
	Motif Berpestasi	2	2	1			21	84
	Memiliki Jiwa Kepemimpinan	1	2	2			19	76
	Berani Mengambil Risiko		4	1			19	76
Skor Rata-rata Realisasi Jiwa Kewirausahaan								74
Kreativitas	Ingin Tahu	1	3	1			20	80
	Optimis	2	2	1			21	84
	Fleksibel	1	2	1	1		18	72
	Mencari Solusi dari Masalah	1	1	2	1		17	68
	Orisinil	2	2	1			21	84
	Berimajinasi	1	2	1	1		18	72
Skor Rata-rata Realisasi Kreativitas								77
Kompetensi	<i>Technical Competences</i>	1	3	1			20	80
	<i>Marketing Competence</i>	3	2				23	92
	<i>Financial Competence</i>	3	2				23	92
	<i>Human Relation Competence</i>	2	2	1			21	84
Skor Rata-rata Realisasi Kompetensi								87
Motivasi	Alasan Keuangan		2	1	1	1	14	56
	Alasan Sosial			4	1		15	60
	Alasan Pelayanan		2	2	1		16	64
	Alasan Pemenuhan Diri		2	1	2		15	60
Skor Rata-rata Realisasi Motivasi								60

Sumber : Data diolah oleh penulis 2018

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas menunjukkan bahwa menurut pengusaha-pengusaha bakso variabel yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha bandung yang mendapatkan nilai rata-rata terendah yaitu variabel *self efficacy* dan motivasi wirausaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *self efficacy* dan motivasi menurut pengusaha lebih dianggap berpengaruh dibandingkan dengan variabel-variabel yang tidak diteliti seperti kompensasi, jiwa kewirausahaan.

Berdasarkan survey pendahuluan di atas, maka penulis ingin melakukan survey pendalaman mengenai variabel-variabel yang menurut para pengusaha dapat mempengaruhi kinerja usaha, yaitu pada penyebaran kuesioner mengenai *self efficacy* dan motivasi guna mengetahui identifikasi-identifikasi masalah yang ada pada variabel yang di anggap lebih mempengaruhi tersebut.

Berikut adalah hasil penyebaran kuesioner yang terkait mengenai *self efficacy* dan motivasi :

Tabel 1.7
Hasil Prasurvei Mengenai Self Efficacy

No	Dimensi	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Total Skor	Real %
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
1	Level (Magnitude)	10	10	7	14	6	18	2	8			50	33
2	Luas Bidang Perilaku (Generality)	12	12	10	20	5	15	2	8	1	5	60	40
3	Derajat Keyakinan dan Pengharapan (Strenght)	8	8	12	24	7	21	3	12			65	43
Jumlah Skor Rata-rata												39	
Jumlah Responden = 30 Jumlah Dimensi = 3													
Jumlah Skor = Nilai x F													
Realisasi = Jumlah Skor : (F Tertinggi x Jumlah wirausaha)x 100%													
Jumlah Skor Rata-rata = Total Realisasi : Total Pernyataan													

Sumber : Data diolah oleh penulis 2018

Berdasarkan Tabel 1.7 menunjukkan bahwa tanggapan wirausaha mengenai self efficacy 57% dari target 100%. Utamanya dalam luas bidang perilaku merupakan dimensi dengan realisasi terendah yaitu Berikut adalah tabel

data pra survei mengenai motivasi yang ada pada pengusaha bakso sebagai berikut:

Tabel 1.8
Hasil Prasurvei Mengenai Motivasi

No	Dimensi	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Total Skor	Real %
		F	N	F	N	F	N	F	N	F	N		
1	Kebutuhan Akan Prestasi	10		7		10		2		1		67	45
2	Kebutuhan Afiliasi	12		8		8				2		62	41
3	Kebutuhan Akan Kekuasaan	13		8		7		1		1		65	43
Jumlah Skor Rata-rata												43	
Jumlah Responden = 30 Jumlah Dimensi = 3													
Jumlah Skor = Nilai x F													
Realisasi = Jumlah Skor : (F Tertinggi x Jumlah wirausaha)x 100%													
Jumlah Skor Rata-rata = Total Realisasi : Total Pernyataan													

Sumber : Data diolah oleh penulis 2018

Berdasarkan Tabel 1.8 di atas bahwa tanggapan wirausaha mengenai motivasi sebesar 43% dari target 100% utamanya dalam dimensi kebutuhanberafiliasi yang mendapatkan skor terendah dari pada variabel lainnya. Kebutuhan akan perasaan di terima oleh orang lain di tempat bekerja, artinya masih banyak wirausaha atau pengusaha yang merasa kehadirannya tidak diterima oleh lingkungan kerjanya atau oleh wirausaha-wirausaha lainnya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Self Efficacy* dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Wirausaha UMKM pada Bakso di Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses pengkajian dan permasalahan-permasalahan yang akan diteliti, Sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup didalam penelitian terhadap variabel *Self Efficacy*, Motivasi dan keberhasilan wirausaha.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang di kemukakan pada latar belakang penelitian yang berkaitan dengan *self efficacy* dan motivasi terhadap keberhasilan wirausaha, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan di bahas :

1. Persaingan industri kuliner di kota Bandung sangat ketat.
2. Pengunjung bakso di Kota Bandung masih kalah bersaing dari pesaingnya.
3. Volume penjualan beberapa tahun terakhir menurun.
4. Para pengusaha bakso tidak yakin dengan apa yang mereka kerjakan.
5. Para pengusaha bakso masih terpengaruh atas usaha-usaha lain yang lebih menggiurkan.
6. Para pengusaha bakso kurang bersemangat dalam menjalani usahanya.
7. Motivasi pengusaha bakso yang rendah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana *self efficacy* pada pengusaha bakso di Kota Bandung
2. Bagaimana Motivasi dalam berwirausaha pengusaha Bakso di Kota Bandung

3. Bagaimana keberhasilan wirausaha pada pengusaha bakso di Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh efikasi diri dan motivasi terhadap keberhasilan wirausaha pada pengusaha bakso di Kota Bandung

1.4 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penulis melakukan penelitian adalah untuk mendapatkan dan juga mengumpulkan data-data yang didapatkan dari sumber-sumber untuk diolah menjadi informasi yang diperlukan dalam penulisan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

1. *Self Efficacy* dalam berwirausaha di Kota Bandung.
2. Motivasi dalam berwirausaha di Kota Bandung.
3. Kinerja wirausaha di Kota Bandung.
4. Besarnya pengaruh *Self Efficacy* dan motivasi terhadap keberhasilan berwirausaha di UMKM pada usaha bakso di Kota Bandung.

1.5 Kegunaan teoritis (keilmuan)

Secara teoritis manfaat dan kegunaan penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan, memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan dari ilmu atau yang sudah didapatkan di bangku kuliah, menambah pengetahuan mengenai *Self Efficacy* dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Wirausaha di UMKM Pada Usaha Bakso di Kota Bandung, dan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan yang dapat berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai rasa percaya diri sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

1.5.1 kegunaan Praktis (Empiris)

Merujuk pada tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, yaitu:

1. Bagi perusahaan, untuk mendapatkan masukan informasi mengenai rasa percaya diri terhadap kinerja wirausaha.
2. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan beberapa teori yang diperoleh dalam perkuliahan.
3. Bagi pihak lain yang berkepentingan, untuk memberikan informasi yang berkenan mengenai rasa percaya diri terhadap kinerja wirausaha.