

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian Indonesia di dukung oleh peran dari UMKM. Peran UMKM saat ini di pandang sangat penting yaitu sebagai pembangunan ekonomi. Selain sebagai pembangunan ekonomi peran lain dari UMKM yaitu dapat memperbaiki kesejahteraan sosial. UMKM yang banyak dijumpai di kota bandung salah satunya adalah usaha ayam geprek. Usaha ayam geprek adalah salah satu usaha kuliner yang berbahan baku daging ayam. Dari tahun ketahun usaha ayam geprek semakin bertambah. Persaingan antar pengusaha ayam geprek semakin ketat.

Kewirausahaan dalam hal ini yaitu, memiliki keinginan yang kuat untuk berdiri sendiri, memiliki kemauan untuk mengambil resiko, memiliki kemampuan untuk belajar dari pengalaman, mampu memotivasi terhadap diri sendiri, memiliki semangat untuk bersaing, memiliki orientasi terhadap kerja keras, memiliki kepercayaan diri yang besar, memiliki dorongan untuk berprestasi, tingkat energi yang tinggi, tegas, yakin terhadap kemampuan diri sendiri. Memiliki kepercayaan diri yang besar merupakan salah satu ukuran untuk memperoleh hasil. Ukuran lainnya, ialah mempunyai dorongan (motivasi) yang kuat untuk terus berjuang mencari peluang hingga memperoleh hasil. Meredith dalam Suryana (2006:26). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia harus siap bersaing menjelang ASEAN Economic Community (AEC) mendatang. (Arief Sinaga, 2013)

Pada saat ini, dimana Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) menjadi bagian dari tantangan yang dihadapi oleh UMKM. oleh karena itu UMKM harus memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi supaya bisa bersaing dengan UMKM yang lain. UMKM berjuang untuk bisa bertahan hidup dengan berbagai tantangan tersebut.

Seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki jiwa yang tangguh. Ketika seorang wirausahawan tersebut ingin tetap eksis dalam dunia bisnis maka wirausahawan tersebut harus memiliki sumber daya yang tangguh. Keinginan wirausaha untuk mengembangkan usaha semaksimal mungkin ini lebih dikenal dengan keberhasilan kewirausahaan. Keberhasilan wirausaha tercapai karena semangat dari diri wirausahawan yang tinggi karena tidak akan puas dengan hasil yang dimiliki sekarang. Keberhasilan yang dimiliki oleh wirausahawan tersebut pastinya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut berupa motivasi.

Keberhasilan usaha menurut Baldacchino (2009) adalah peluang yang diciptakan untuk memperoleh kesuksesan dengan menggunakan segala kemampuan sumber daya dan kreativitas yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan kewirausahaan menurut Alma (2011) yaitu ide ide baru yang dimiliki oleh seseorang dimana ide baru tersebut itu berasal dari manusia yang kreatif dan inovatif. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan akan berusaha untuk menemukan terobosan baru di bidangnya. Terobosan baru yang dimiliki perusahaan akan diberdayakan untuk menciptakan sebuah produk, jasa, sistem baru. Output yang kreatif tersebut diharapkan akan memiliki nilai tambah yang tinggi.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah efikasi diri pada pengusaha kurangnya keyakinan diri terhadap pencapaian tujuan dalam mencapai tujuannya, motivasi yang diberikan oleh pengusaha terhadap bawahannya sangat rendah sehingga kurangnya semangat, kreatifitas, inovatif, kurangnya berani mengambil resiko, dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan di luar organisasi diantaranya lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global, dan eksternal lainnya (Hutagalung, 2008:8).

Keberhasilan atau sukses, maka dalam mengukur keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Pertumbuhan ini dibuktikan oleh penjualan, aset yang dimiliki perusahaan, dan jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapainya keberhasilan itu dilakukan secara bertahap.

Keberhasilan dalam menemukan produk baru tersebut mengindikasikan bahwa wirausahawan tersebut memiliki keberhasilan yang tinggi dalam berwirausaha. Menurut (Ressa, 2011) keberhasilan kewirausahaan yaitu keadaan yang menggambarkan tingkat yang ada di atas rata-rata usaha yang berada di dalam derajatnya. Artinya usaha yang dijalankan tersebut dapat menghasilkan laba yang tinggi. Sedangkan menurut (Benedicta Prihatin Dwi, 2003) keberhasilan berwirausaha di tunjukkan dengan seberapa besar pencapaian yang telah di capai oleh perusahaan, apakah pencapaian tersebut telah sesuai dengan tujuan

perusahaan. Keberhasilan usaha ini juga dapat dilihat dari seberapa efisienkah proses produksi yang dijalankan oleh perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan, usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, mengenai UU No. 20 Tahun 2008, akan dijelaskan mengenai klasifikasi Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan, berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Tabel 1.1
Kriteria Menurut UU No.20/28

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 : Ojk.go.id (2017)

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 2019

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.

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 ayam geprek yaitu orang yang memulai usahanya dengan modal yang relatif kecil berusaha dibidang produksi dan penjualan makanan. Usaha ayam geprek 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 pada usaha ayam geprek peneliti berminat melakukan penelitian pada objek usaha ayam geprek karena perkembangan usaha ini sangat berpesat sehingga banyak peminatnya 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 di Kota Bandung secara umum mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hampir di setiap kawasan dijumpai pedagang makanan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor wirausaha yang banyak diminati adalah sebagai pedagang makanan dan menjadikan masyarakat mempunyai banyak alternatif dalam memilih jenis makanan yang diinginkan 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 ayam geprek di Kota Bandung :

Tabel 1.3
Daftar Pengusaha UMKM Ayam Geprek Yang Termasuk Usaha Kecil
Kota Bandung Tahun 2019

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Ayam Geprek Bebas	Jl. Teuku Angkasa (Dekat Unpad) No. 60, Bandung
2.	Ayam Geprek Yu Tiwi	Jl. Tubagus Ismail No.45A, Bandung
3.	Ayam Geprek Bensus	Jl. Buah Batu No. 45, Bandung
4.	Ayam Geprek Chicago	Jl. Ahmad Yani No.787, Bandung
5.	Ayam Geprek Crisbar	Jl. Cisituh Indah No. 2 C, Bandung
6.	Ayam Geprek Dapur GG	Jl. Sekepondok No. 3, Bandung
7.	Ayam Geprek Mamih	Jl. Terusan Cisokan No.19 Bandung
8.	Ayam Geprek Kasimura	Jl. Cipedes Atas Gegerkalong No. 46A, Bandung
9.	Ayam Geprek Ceu'ter	Jl. Ahmad Yani No. 276, Bandung
10.	Ayam Geprek Jogja	Jl. Moh Ramdhan No.37, Bandung
11.	Ayam Geprek Kampus	Jl. Dipatiukur No.51, Bandung
12.	Ayam Geprek Pangeran	Jl. Brigadir Jend. Katamso. No. 37 Bandung
13.	Ayam Geprek Kribo	Jl. Brigadir Jend. Katamso No. 37 Bandung
14.	Ayam Geprek Boss	Jl. Buah batu No. 300 Bandung
15.	Ayam Geprek Gercep	Jl. Sukamantri II No. 123 Bandung

Tabel 1.3 di atas menunjukkan daftar jumlah pengusaha ayam geprek yang menjadi objek penelitian penulis.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan penulis pada 15 pengusaha ayam geprek di Bandung, penulis mendapatkan data dari wawancara yang menunjukkan data pengunjung pada 6 bulan terakhir. Data tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
Jumlah Pembeli Ayam Geprek Pada 6 Bulan Terakhir 2019

No	Nama Usaha Ayam Geprek	Jumlah Pengunjung Pada 6 Bulan Terakhir					
		Januari	Febuari	Maret	April	Mei	Juni
1.	Ayam geprek Bebas	2500	2360	2400	2600	2400	3100
2.	Ayam geprek Yu tiwi	2300	2400	2550	2250	2650	3700
3.	Ayam geprek bensu	2950	3100	3550	3930	3355	3744
4.	Ayam geprek Chicago	2400	2700	2450	3420	2550	2311
5.	Ayam geprek Crisbar	2350	2600	2500	2980	2570	3310
6.	Ayam geprek Dapur gg	2200	2350	2400	3000	2400	2800
7.	Ayam geprek Mamih	2000	2300	2450	2560	2400	2210
8.	Ayam geprek Kasimura	2150	2400	2400	3701	2250	2400
9.	Ayam geprek ceu`ter	2200	2400	2750	3122	2450	2950
10.	Ayam geprek Jogja	2350	2250	2400	2310	3100	3555
11.	Ayam geprek Kampus	2100	2450	2360	2600	2350	2833
12.	Ayam geprek Pangeran	2750	2900	3000	3453	3400	3530
13.	Ayam geprek Kribo	2600	2700	2670	2750	2766	2500
14.	Ayam geprek Boss	2550	2770	2750	2850	2300	2870
15.	Ayam geprek Gercep	2650	2750	2775	2555	2800	2600

Sumber : bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa usaha beberapa usaha ayam geprek yang ada di Kota Bandung, menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa usaha ayam geprek mengalami penurunan pembeli paling besar dibanding dengan beberapa pedagang, lainnya dalam kurun waktu enam bulan terakhir.

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

Tabel 1.5
Pendapatan Per Bulan UMKM Ayam Geprek di Kota Bandung

No	Nama Usaha	Omset Per Enam Bulan Terakhir					
		Januari	Febuari	Maret	April	Mei	Juni
1	Ayam geprek Bebas	140.000.000	35.000.000	33.500.000	40.300.000	39.000.000	46.000.000
2	Ayam geprek Yu Tiwi	30.000.000	35.000.000	42.300.000	55.000.000	40.000.000	60.500.000
3	Ayam geprek Bensu	75.000.000	84.000.000	96.000.000	137.000.000	155.000.000	163.000.000
4	Ayam geprek Chicago	36.000.000	39.000.000	35.400.000	36.300.000	43.000.000	40.000.000
5	Ayam geprek Crisbar	34.000.000	38.100.000	40.000.000	40.000.000	39.600.000	49.200.000
6	Ayam geprek Dapur gg	29.000.000	27.000.000	36.000.000	38.000.000	32.200.000	47.000.000
7	Ayam geprek Mamih	27.000.000	30.000.000	35.500.000	37.400.000	35.000.000	41.000.000
8	Ayam geprek Kasimura	25.400.000	28.000.000	33.200.000	35.000.000	30.700.000	43.000.000
9	Ayam geprek Ceu'ter	29.000.000	32.000.000	38.000.000	40.000.000	35.700.000	47.000.000
10	Ayam geprek Jogja	30.000.000	28.000.000	32.000.000	30.600.000	33.000.000	40.000.000
11	Ayam geprek Kampus	27.600.000	32.600.000	31.000.000	38.700.000	30.500.000	40.000.000
12	Ayam geprek Pangera	65.500.000	73.700.000	75.000.000	80.500.000	87.000.000	90.000.000
13	Ayam geprek Kribo	45.000.000	47.000.000	53.000.000	55.500.000	58.000.000	60.300.000
14	Ayam geprek Boss	55.000.000	60.200.000	66.000.000	70.000.000	63.100.000	72.700.000
15	Ayam geprek Gercep	55.300.000	58.000.000	62.000.000	63.500.000	59.600.000	65.000.000
	Jumlah	703.800.000	647.600.000	708.900.000	1.160.500.000	781.400.000	904.700.000
	Rata-rata Pendapatan	46.920.000	43.173.333	47.260.000	77.366.666	52.093.333	60.313.333

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa usaha ayam geprek bersifat fluktuatif di lihat dari pendapatannya dibanding usaha lainnya, hal ini berdampak pada tidak tercapainya target penjualan setiap bulannya 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 menunjukan adanya permasalahan pada motivasi dan kreativitas pengusaha ayam geprek kurang optimal. Sehingga perlu adanya peningkatan kinerja agar mencapai keberhasilan usaha.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah kreativitas pada pengusaha ayam geprek kurangnya keyakinan diri terhadap pencapaian tujuan usaha dalam mencapai tujuannya, motivasi yang dimiliki oleh pengusaha sangat rendah sehingga kurangnya semangat, kreatifitas, inovatif, kurangnya berani mengambil resiko, dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan di luar organisasi diantaranya lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global, dan eksternal lainnya (Hutagalung, 2008:8).

Keberhasilan atau sukses, maka dalam mengukur keberhasilan bagi wirausaha dapat dibuktikan oleh prestasi yang dicapai, yaitu pertumbuhan dari perusahaan yang dikelolanya. Pertumbuhan ini dibuktikan oleh penjualan, aset yang dimiliki perusahaan, dan jumlah karyawan. Pencapaian bukan harus sekaligus dibuktikan, melainkan tercapainya keberhasilan itu dilakukan secara bertahap.

Berikut adalah hasil pra survei pendahuluan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha: Selanjutnya penulis melakukan penelitian awal mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha ayam geprek dikota bandung. Dalam menentukan keberhasilan usaha terdapat lima faktor yang utama yang harus diperhatikan oleh UKM menurut Kasmir (2011: 19) yaitu: kompetensi, motivasi, efikasi diri, kreativitas dan jiwa kewirausahaan. Hal tersebut untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi terhadap keberhasilan usaha ayam geprek dikota bandung dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada pengusaha 8 perusahaan ayam geprek yang di pilih mewakili perusahaan ayam geprek di kota Bandung. Berikut beberapa pernyataan yang diberikan kepada setiap responden :

Tabel 1.6
Hasil Pra Survei Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pada Bisnis Ayam Geprek

Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah	Mean
		STS	TS	KS	S	SS		
Kompetensi	Technical Competences	-	1	3	2	2	25	3,12
	Human Relation Competence	-	1	4	2	1	23	2,87
	Marketing Competence	-	1	5	1	1	26	3,25
Skor rata-rata Kompetensi								3,12
Motivasi	Semangat	-	4	2	2	-	22	2,75
	Inovatif	-	6	2	-	-	18	2,25
	Inisiatif	-	5	3	-	-	19	2,37
	Berani mengambil resiko	2	2	3	1	-	19	2,37
Skor rata-rata Motivasi								2,37
Efikasi diri	Suasana kerja	-	-	3	2	3	32	4
	Perlakuan yang baik	-	-	3	4	1	30	3,75
	Hubungan yang harmonis	-	-	3	5	-	29	3,62
	Perlakuan yang adil	-	-	2	4	2	32	4
	Rasa aman	-	-	1	4	3	34	4,25
Skor rata-rata effikasi diri								3,75
Kreativitas	Mencari solusi dar masalah	-	5	2	1	-	20	2,5
	Optimis	-	4	2	1	1	23	2,87
	Berimajinasi	-	2	4	1	1	25	3,12
	Rasa ingin tahu	-	4	2	2	-	22	2,75
	Orsinil	-	3	3	2	-	23	2,87
Skor rata-rata Kreativitas								2,87
Jiwa kewirausahaan	Motif berprestasi	-	-	5	1	2	29	3,62
	Inisiatif	-	1	3	2	1	24	3,00
	Berani mengambil resiko	-	-	3	3	2	31	3,87
	Percaya diri	-	-	1	4	3	34	4,25
	Berani mengambil resiko	-	1	1	3	3	32	4,00
Skor rata-rata Jiwa kewirausahaan								3,87
Mean = Nilai x F : Jumlah pengusaha (8 orang) Skor rata-rata = jumlah mean : jumlah kuesioner								

Sumber: hasil olah data kuesioner pendahuluan (2019)

Gambar 1.1



Sumber: hasil olah data kuesioner pendahuluan (2019)

Berdasarkan Tabel 1.6. Dapat diketahui bahwa tanggapan pengusaha mengenai lima variabel bebas yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha yang memperoleh nilai terendah yaitu variable Motivasi dengan skor rata-rata sebesar 2,3 dan kreativitas dengan skor rata-rata sebesar 2,8. Hal ini menunjukkan bahwa menurunnya keberhasilan usaha disebabkan oleh motivasi dan kreativitas.

Seperti penelitian yang dilakukan Eni Visantia (2013) diharapkan setiap UKM menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh motivasi dan kreativitas, serta penelitian yang dilakukan oleh Dwi Gemina (2016) disimpulkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Motivasi dan kreativitas menjadi masalah dalam Keberhasilan Usaha pada pengusaha Ayam Geprek di kota Bandung. Hal ini menunjukkan rendahnya Pengaruh Motivasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengusaha Ayam Geprek di kota Bandung.

Motivasi merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Motivasi mempersilahkan seseorang untuk melakukan sesuatu, sebab ia sendiri memang ingin melakukannya (Wibowo,2013;379). Motivasi sangat dibutuhkan seorang wirausahawan untuk meningkatkan kinerja karena dapat menciptakan suatu keinginan untuk bekerja keras atau giat, berprestasi dan sukses.

Motivasi merupakan kekuatan, baik dari dalam maupun dari luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya.” Hamzah B. Uno (2014:1). Seseorang yang mempunyai motivasi

tinggi akan berusaha melakukan yang terbaik, memiliki kepercayaan terhadap kemampuan untuk bekerja mandiri dan bersikap optimis, tidak cepat puas atas hasil yang telah diperoleh serta mempunyai tanggung jawab yang besar atas perbuatan yang dilakukan sehingga seseorang yang mempunyai motivasi yang tinggi pada umumnya akan lebih cepat meraih keberhasilan.

Sedangkan menurut David Mc Clelland dalam Sumarsono (2010:9) mengidentifikasi ada korelasi antara tingkah laku orang yang memiliki motif prestasi tinggi dengan tingkah laku wirausaha.

Upaya untuk menjadikan landasan penelitian, oleh karena itu dengan arahan pembimbing dan dengan tujuan memperkuat penelitian ini maka penulis menggunakan kuesioner untuk mengukur dan mengetahui variabel motivasi dan kreativitas pada usaha ayam geprek di kota Bandung.

Berikut ini adalah data yang diperoleh penulis dalam kuesioner pendahuluan mengenai motivasi :

Tabel 1.7
Hasil Pra Survei
Motivasi Pada Pengusaha Ayam Geprek

No	Dimensi	Frekuensi					Jumlah skor	Skor ideal	Hasil %	Standar
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)				
1	Semangat	-	4	2	2	-	22	40	55	100%
2	Inovatif	-	6	2	-	-	18	40	45	100%
3	Inisiatif	-	5	3	-	-	19	40	47	
4	Berani mengambil resiko	2	2	3	1	-	19	40	47	100%
Jumlah Skor Rata-rata								47%	100%	
F = Frekuensi, N = Frekuensi x Skor Jumlah Responden = 8 Skor Ideal = Jumlah Skor : (F Tertinggi x Jumlah wirausaha)x 100%										

Sumber: hasil olah data kuesioner pendahuluan (2019)

Berdasarkan tabel 1.6 di atas bahwa dapat diketahui bahwa menurut hasil kuesioner pendahuluan kepada 8 orang pengusaha ayam geprek masih kurang yaitu 45% dari target 100% yang sudah ditetapkan. Hal ini ditunjukkan inovatif mempunyai nilai rendah, hal tersebut menunjukkan kurangnya inovatif dalam usaha Ayam Geprek dikota Bandung masih belum optimal. Sementara dimensi insiatif dan berani mengabil resiko masih dirasa kurang dalam kegiatan usaha Ayam Geprek dikota Bandung. Dapat diambil kesimpulan bahwa variable motivasi belum optimal dirasakan.

Serta faktor yang menjadi penyebab menurunnya keberhasilan usaha yaitu faktor kreativitas. Keberhasilan usaha yang memiliki motivasi usaha dan kreativitas yang tinggi akan sangat mempengaruhi dari hasil keberhasilan atau hasil dari produksi yang dibuatnya.

Kreativitas merujuk kepada keyakinan atau kepercayaan seseorang bahwa dia memiliki kemampuan, motivasi dan sumber daya untuk menyelesaikan suatu tugas dengan berhasil (McShane dan Glinow, 2004; dalam Muchtar dan Ramadini, 2011:200). kreativitas muncul dari kemampuan diri seseorang yang mempengaruhi cara berpikir, bagaimana memotivasi diri sendiri dan bagaimana harus bertindak, individu yang memiliki kreativitas tinggi akan mampu menyelesaikan pekerjaan atau mencapai tujuan dari kinerjanya (Ghufron dan Rini. 2010:73).

Kreativitas sendiri memiliki pengaruh yang tidak sedikit untuk keberhasilan perusahaan atau usaha kecil menengah (UKM). Seperti yang sudah dijelaskan bahwa ketika seseorang memiliki kreativitas yang tinggi maka dia akan memiliki kemampuan yang baik dalam menyelesaikan tugasnya. Begitu juga mereka yang

memiliki kreativitas yang rendah akan sedikit kesusahaan untuk menyelesaikan tugas yang dia miliki. Para peneliti menemukan bahwasannya individu dengan kreativitas tinggi lebih mampu dalam menghadapi situasi sulit daripada individu dengan kreativitas rendah (Heuven et al. Dalam Mustofa dan Oya, 2012:370).

Upaya untuk menjadikan landasan dan tujuan memperkuat penelitian ini maka penulis, menggunakan kuesioner pendahuluan kepada 8 orang pengusaha untuk mengetahui dimensi kreativitas apa saja yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berikut adalah data yang diperoleh penulis dalam kuesioner pendahuluan mengenai kreativitas pengusaha ayam geprek :

Tabel 1.8
Hasil Pra Survei
Kreativitas Pada Pengusaha Ayam Geprek

No	Dimensi	Frekuensi					Jumlah skor	Skor ideal	Hasil %	Standar
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)				
1	Mencari solusi dari masalah	-	5	2	1	-	20	40	50	100%
2	Optimis	-	4	2	1	1	23	40	57	100%
3	Berimajinasi	-	2	4	1	1	25	40	62	100%
4	Rasa Ingin tahu	-	4	2	2	-	22	40	55	100%
5	Orisinil	-	3	3	1	1	24	40	60	100%
Jumlah Skor Rata-rata									57%	100%
F = Frekuensi, N = Frekuensi x Skor Jumlah Responden= 8 Skor Ideal = Jumlah Skor : (F Tertinggi x Jumlah wirausaha)x 100%										

Sumber: hasil olah data kuesioner pendahuluan (2019)

Berdasarkan tabel 1.7 di atas dapat diketahui bahwa menurut hasil kuesioner pendahuluan kepada 8 orang pengusaha masih rendah yaitu 57% dari target 100% yang sudah ditetapkan. Hal ini ditunjukkan oleh dimana dimensi optimis

mempunyai nilai rendah dari pada empat dimensi lainnya yaitu mencari solusi dari masalah, berimajinasi, rasa ingin tahu, dan orsinil. Hal ini terlihat dari dimensi mencari solusi dari masalah dengan nilai 50% yang menunjukkan bahwa masih kurangnya pemecahan dalam penemuan solusi yang baru. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kreativitas belum optimal dirasakan.

Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi dan kreativitas yang dimiliki oleh pengusaha ayam geprek di kota Bandung masih ada yang belum tertanam dengan baik di semua pengusaha. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat membantu UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam menentukan hubungan yang konkrit antara Motivasi dan kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha ayam geprek di kota Bandung. Peneliti juga berharap dapat membantu perusahaan dalam menambah Motivasi dan membantu menciptakan Kreativitas yang baik sehingga berdampak pada meningkatnya Keberhasilan Usaha yang layak dijadikan bahan penelitian seperti beberapa pengusaha yang disebutkan diatas yang kemungkinan akan bertambah menjadi UKM (Usaha Kecil Menengah) atau lebih, untuk itu penulis harus melakukan penelitian lebih dalam dengan judul: **“Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Ayam Geprek di Kota Bandung (Penelitian dilakukan Pada 15 Pengusaha Ayam Geprek)”**.

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 motivasi, kreativitas dan keberhasilan usaha.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah di bahas di atas, diantaranya dapat diidentifikasi masalah-masalah yang muncul pada penelitian yang dilakukan di UMKM ayam geprek sebagai berikut :

1. Keberhasilan Usaha

1. Adanya penurunan pembeli pada bulan Maret dan Mei.
2. Target pendapatan yang belum tercapai.

2. Motivasi

1. Belum optimalnya semangat usaha pada di Ayam geprek kota Bandung.
2. Masih rendahnya inovatif usaha di Ayam geprek kota Bandung.
3. Masih kurangnya inisiatif usaha di Ayam geprek kota Bandung.
4. Masih kurangnya berani mengambil risiko dalam menjalankan

3. Kreativitas

1. Kurangnya pengalaman dalam usaha Ayam Geprek di Kota Bandung.
2. Kurangnya keyakinan mencapai tujuan dalam usaha Ayam geprek di Kota Bandung.
3. Kurangnya dalam menemukan terobosan baru dalam usaha Ayam Geprek di Kota Bandung.
4. Kurangnya menganalisa usaha Ayam Geprek di Kota Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Motivasi pada pengusaha Ayam geprek di Kota Bandung.
2. Bagaimana Kreativitas pada pengusaha Ayam geprek di Kota Bandung.

3. Bagaimana Keberhasilan Usaha pada pengusaha Ayam geprek di Kota Bandung.
4. Seberapa besar Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM baik secara simultan dan parsial pada Ayam geprek di Kota Bandung.

1.3 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. Mengetahui Motivasi dalam Keberhasilan usaha di Kota Bandung.
2. Mengetahui Kreativitas dalam Keberhasilan di Kota Bandung.
3. Mengetahui Keberhasilan Usaha di Kota Bandung.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi dan Kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha ayam geprek di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, selain itu penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini akan memperoleh hasil yang dapat memberikan manfaat terutama.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis manfaat dan kegunaan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan dari ilmu atau yang sudah didapatkan dibangku kuliah, menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha di UMKM Pada Usaha Ayam Geprek 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.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan pertimbangan yang berarti dalam membuat keputusan bagi pemimpin di masa yang akan datang.

a. Bagi Pengusaha UMKM

1. Penelitian ini dapat menjadi suatu masukan untuk meningkatkan keberhasilan usaha.
2. Diharapkan pengusaha dapat memberikan motivasi terhadap usahannya dengan baik dan tepat untuk mengoptimalkan keberhasilan usahannya.
3. Diharapkan pengusaha dapat melaksanakan kreativitas agar dapat terciptanya inovasi baru usaha.
4. Diharapkan pengusaha dapat menjalankan usahanya dengan baik agar setiap orang yang diberi arahan mempunyai keyakinan untuk mencapai kesuksesan.
5. Memberikan informasi tambahan kepada pengusaha untuk lebih mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahanya.

b. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian dibidang yang sama.

c. Kegunaan Akademis

Mampu menghasilkan suatu referensi yang berguna bagi lingkungan kampus Universitas Pasundan. Juga diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan yang bermanfaat.