

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini pada umumnya yang ada di dunia dan pada khususnya yang ada di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat.

Perubahan yang terjadi pada dunia usaha pada saat ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan, dan hal itu menuntut agar para pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang selalu berubah. Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

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 Tahu. Dari tahun ke tahun Kuliner Tahu di kota Bandung semakin bertambah dan banyak peminat. Persaingan antar usaha makanan Tahu di Bandung yang lainnya semakin ketat.

Manajemen sangatlah penting bagi kehidupan dimasa sekarang, selain dalam kehidupan sehari-hari manajemen juga dibutuhkan oleh perusahaan untuk memudahkan perusahaan dalam mengelola pekerjaannya, dan dapat kita sadari juga bahwa setiap orang pasti akan melakukan kegiatan manajemen, setiap kegiatan yang dilakukan itu merupakan hasil dari menerapkan ilmu manajemen. Secara umum manajemen adalah suatu proses dimana seseorang dapat mengatur segala sesuatu yang dikerjakan individu atau kelompok. Manajemen perlu dilakukan guna mencapai tujuan atau target dari individu atau kelompok tersebut secara kooperatif menggunakan sumber daya yang teratur.

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pengembangan sumber daya manusia yang berfungsi melakukan perencanaan sumber daya manusia, penerapan, perekrutan, pelatihan, pengembangan karier karyawan atau pegawai serta melakukan inisiatif terhadap pengembangan organisasional sebuah organisasi atau perusahaan. Pada dasarnya, tidak ada perusahaan yang tidak membutuhkan manajemen SDM atau istilah kerennya *Human Resource* (HR). Bagian *Human Resource* itulah yang bertanggung jawab untuk mengurus berbagai kebutuhan perusahaan yang terkait dengan Sumber Daya Manusia (SDM) termasuk di dalamnya ada Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) sehingga

semua kegiatan atau pekerjaan berjalan dengan lancar dan lebih efisien. Manajer sumber daya manusia merupakan bagian posisi di perusahaan yang melibatkan fungsi yang sama dengan manajemen sumber daya manusia, seperti menangani pelatihan dan orientasi, kebijakan dan prosedur, dan operasi.

UMKM adalah sebuah kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat dengan tujuan memperluas lapangan pekerjaan serta memberi pelayanan ekonomi kepada masyarakat secara luas. Kegiatan usaha yang termasuk ke dalam UMKM ini diharapkan bisa membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan serta mampu mewujudkan stabilitas nasional.

Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju.

Peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi di Indonesia, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Wirausaha sebagai penggerak roda perusahaan memegang peranan penting dalam menunjang tercapainya tujuan usaha. Wirausaha dan Ilmu Pengetahuan

merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan begitu juga sebaliknya. Adanya tenaga kerja yang banyak tidak menjamin suatu usaha dapat berjalan dan dikelola dengan baik apabila kualitas sumber dayanya rendah dan tidak didukung oleh ilmu pengetahuan yang memadai. Kemampuan seorang pengusaha atau wirausaha merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan keberhasilan dalam berwirausaha. Kemampuan wirausaha dalam mengelola usaha dengan baik dan harus didorong oleh ilmu pengetahuan yang cukup baik pula akan berperan sebagai sumber tenaga kerja yang menjadi objek vital dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan.

Industri kecil sendiri memiliki artian sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria industri kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Kriteria Menurut UU No.20/2008**

No	Uraian	Kriteria menurut UU No. 28/2008		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 (2018)

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 2019 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.	Fashion	16.803769.843	15,62%
8.	Video ,Film, Fotografi	250.431.983	0,24%
9.	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
10.	Musik	3.824.179.441	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 (2019)

Berdasarkan data Tabel 1.2 menjelaskan bahwa terdapat 14 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi di kota Bandung tahun 2019. 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. Kuliner di kota Bandung persentasenya terbesar dari beberapa subsektor industri kreatif yang ada di Bandung karena Bandung juga sudah dikenal sebagai pusat kuliner nusantara.

Berikut peneliti sajikan jumlah UMKM usaha kuliner di Jawa Barat sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah UMKM Usaha Kuliner Di Jawa Barat**

No	Nama Kabupaten Kota	2022	2023
1.	KABUPATEN BOGOR	170.630	181.187
2.	KABUPATEN SUKABUMI	122.284	134.956
3.	KABUPATEN CIANJUR	114.106	128.166
4.	KABUPATEN BANDUNG	159.725	171.669
5.	KABUPATEN GARUT	177.897	123.192
6.	KABUPATEN TASIKMALAYA	95.562	908.56
7.	KABUPATEN CIAMIS	65.566	674.890
8.	KABUPATEN KUNINGAN	231.68	498.39
9.	KABUPATEN CIREBON	144.923	172.034
10.	KABUPATEN MAJALENGKA	75.356	95.770
11.	KABUPATEN SUMEDANG	52.867	58.138
12.	KABUPATEN INDRAMAYU	83.917	98.295
13.	KABUPATEN SUBANG	73.241	82.020
14.	KABUPATEN PURWAKARTA	35.693	42.149
15.	KABUPATEN KARAWANG	106.114	117.856
16.	KABUPATEN BEKASI	105.114	111.617
17.	<b>KABUPATEN BANDUNG BARAT</b>	<b>71.103</b>	<b>75.503</b>
18.	KABUPATEN PANGANDARAN	27.431	30.158

Sumber: [opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id) (2022-2023)

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas Jumlah UMKM Pada tahun 2022 bidang usaha kuliner yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat sebesar 71.103 unit Sedangkan pada tahun 2023 Jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Barat sebesar 75.503 unit. Hal ini menunjukkan bahwa pada tahun 2022 UMKM kuliner di Kabupaten Bandung Barat mengalami penurunan dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 75.503 unit usaha. Pada Jumlah UMKM Kuliner di Jawa Barat, Kabupaten Bandung Barat mengalami kenaikan paling kecil dibandingkan dengan Kabupaten lainnya. Masyarakat diluar kota maupun di Kabupaten Bandung Barat sendiri sangat menggemari kuliner yang ada di Bandung Barat sehingga banyak pelaku UMKM yang tergerak untuk membuka bisnis Kuliner khususnya di Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat adalah tempat atau lokasi penelitian yang diteliti oleh peneliti tepatnya pada UMKM Tahu yang ada di Kabupaten Bandung Barat.

Salah satu kuliner yang ada di Kabupaten Bandung Barat ialah Tahu. UMKM Tahu 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. Tahu merupakan salah satu bahan makanan pokok yang mengandung banyak gizi dan mudah di produksi. Banyak merk tahu tepatnya di daerah Bandung tentu saja memberikan peluang bagi para konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Tahu sekarang ini sudah menjadi salah satu makanan favorite bagi masyarakat Bandung ataupun wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Penelitian ini diambil pada UMKM di Kabupaten Bandung Barat bertujuan agar peneliti mengetahui perkembangan pada UMKM Tahu. Peneliti berminat melakukan penelitian pada objek usaha tahu karena perkembangan usaha ini sangat pesat 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 Kabupaten Bandung Barat 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. Berikut peneliti sajikan UMKM Tahu yang berada di Kabupaten Bandung Barat :

**Tabel 1.4**  
**Daftar Pengusaha UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat**

No	Nama Usaha Tahu	Alamat
1.	Tahu Susu Kartika	Wangunsari, kec. Lembang, Kabupaten Bnadung Barat, Jawa Barat
2.	Tahu Pd Uties	Lembang, kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat
3	Tahu Putri	Jl. Maribaya, Langensari kec. Lembang ,kabupaten bandung barat
4.	Tahu Susu Lembang	Jl raya lembang no.177, jayagiri, lembang ,kabupaten bandung barat
5.	Tahu Tauhid	Jl.Seskoua Jl. Maribaya No. 20, Lembang , Kec Lembang, Kabupaten Bandung Barat
6.	Tahu Hikmah	Jl. Endik Darmadja, Cihanjuang No.25, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parompong, Kabupaten Bandung barat
7	Tahu Bagus Spesial	Cikidang, Kec. Lembang Kab. Bandung Barat.
8	Intan Suri Tahu Lembang	Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kab. Bandung Barat.
9	Tahu Mang Ujang	Ciburuy , Kec. Padalarang, Kab. Bandung Barat.
10	Tahu AMH Putri Cihanjuang	Cihanjuang, Kec. Parongpong, Kab. Bandung Barat.
11	Tahu Pd Sae	Langensari, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat.
12	Tahu Mang Juli	Tenjolaut, Kec. Lembang, Kab. Bnadung Barat
13	Tahu Sibungsu	Jl. Cikareumbi, Cikole, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat
14	Tahu Pak Arif	Nyalindung, Kec Cipatat , Kab. Bandung Barat.
15	Tahu Susu Giri Mulya	Karyawangi, Kec Parongpong, Kab. Bandung Barat.
16	Tahu Ud Bagus	Jl. Cikareumbi, Cikidang, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat.
17	Tahu Ar	Ciharashas, Kec. Cipendeuy, Kab. Bandung Barat.
18	Tahu Pd Putri Bagja	Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kab. Bandung Barat.
19	Tahu Agus Lembang	Jl. Wangunsari, Kec. Lembang, Kab. Bandung Barat.
20	Tahu Sifa	Jl. Cihanjuang, No. 344, Cihanjuang Rahayu, Kec. Parongpong, Kab. Bandung Barat.
21	Tahu Abee	Jl. Raya Sinar Mukti No. 29, Kec. Batujajar, Kab. Bandung Barat
22	Tahu H. Udung	Sukamulya, Kec. Cipongkor, Kab. Bandung Barat.
23	Tahu Susu CHJ	Sariwangi, Kec.Parongpong, Kab. Bandung Barat.
24	Tahu Mang Aif	Cicangkang Hilir, Kec.Cipongkor , Kab. Bandung Barat.
25	Tahu Beko	Tanjungwangi, Kec. Cihampelas, Bandung Barat.

Sumber: infokabbandungbarat(2023)

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas menunjukkan daftar jumlah UMKM pengusaha tahu yang menjadi objek penelitian penulis yaitu, terdapat 25 UMKM Tahu yang ada di Kabupaten Bandung Barat.



Berdasarkan survei yang dilakukan penulis pada 25 UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat, penulis mendapatkan data dari hasil wawancara yang menunjukkan data penjualan tahu tahun 2022-2023 dalam satuan box pada Tabel 1.5 sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**Data Penjualan Tahu Tahun 2022-2023 (Dalam Satuan Box)**

No	Nama Usaha Tahu	2022	2023
1.	Tahu Susu Kartika	55.436	56.678
2.	Tahu Pd Uties	55.123	55.356
3	Tahu Putri	57.167	55.789
4.	Tahu Susu Lembang	54.457	54.976
5.	Tahu Tauhid	58.453	56.780
6.	Tahu Hikmah	56.564	56.851
7	Tahu Bagus Spesial	45.987	48.641
8	Intan Suri Tahu Lembang	44.875	47.561
9	Tahu Mang Ujang	46.761	48.486
10	Tahu AMH Putri Cihanjuang	50.456	54.214
11	Tahu Pd Sae	53.657	55.324
12	Tahu Mang Juli	47.432	50.541
13	Tahu Sibungsu	48.543	52.765
14	Tahu Pak Arif	55.453	57.921
15	Tahu Susu Giri Mulya	47.435	48.231
16	Tahu Ud Bagus	54.654	56.650
17	Tahu Ar	47.176	49.567
18	Tahu Pd Putri Bagja	50.341	52.571
19	Tahu Agus Lembang	51.340	50.567
20	Tahu Sifa	55.156	53.786
21	Tahu Abee	49.876	50.153
22	Tahu H. Udung	53.890	51.789
23	Tahu Susu CHJ	56.673	54.908
24	Tahu Mang Aif	55.783	51.970
25	Tahu Beko	54.781	56.121

Sumber: Data Perusahaan Tahu(2023)

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa data penjualan Tahu pada 25 pengusaha UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat tahun 2022 dan 2023 mengalami adanya kenaikan dan penurunan penjualan yang tidak menentu. Penjualan UMKM Tahu tahun 2022 dan 2023 pada 25 pengusaha Tahu penjualan kurang maksimal dan permintaan produksi tahu ada yang mengalami kenaikan dan ada yang mengalami penurunan penjualan.

Berdasarkan survei lanjutan penulis mendapatkan data mengenai omset pertahun pada masing- masing UMKM tahu di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2022 dan 2023 pada Tabel 1.6 sebagai berikut:

**Tabel 1.6**  
**Pendapatan Pertahun UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat**

No	Nama Usaha Tahu	Pendapatan Pertahun UMKM Tahu tahun 2022-2023	
		2022	2023
1.	Tahu Susu Kartika	150.000.000	153.230.000
2.	Tahu Pd Uties	150.206.000	152.541.000
3	Tahu Putri	168.523.000	165.761.000
4.	Tahu Susu Lembang	152.890.000	152.988.000
5.	Tahu Tauhid	171.243.000	168.651.000
6.	Tahu Hikmah	166.321.000	168.678.000
7	Tahu Bagus Spesial	145.208.000	159.561.000
8	Intan Suri Tahu Lembang	126.673.000	143.731.000
9	Tahu Mang Ujang	155.356.000	158.729.000
10	Tahu AMH Putri Cihanjuang	139.567.000	146.514.000
11	Tahu Pd Sae	148.438.000	152.768.000
12	Tahu Mang Juli	155.987.000	158.985.000
13	Tahu Sibungsu	147.423.000	153.906.000
14	Tahu Pak Arif	150.763.000	169.324.000
15	Tahu Susu Giri Mulya	145.652.000	158.245.000
16	Tahu Ud Bagus	144.235.000	155.514.000
17	Tahu Ar	143.200.000	149.432.000
18	Tahu Pd Putri Bagja	140.300.000	148.514.000
19	Tahu Agus Lembang	147.560.000	150.230.000
20	Tahu Sifa	150.516.000	152.211.000
21	Tahu Abee	148.542.000	150.548.000
22	Tahu H. Udung	154.350.000	151.675.000
23	Tahu Susu CHJ	164.451.000	161.543.000
24	Tahu Mang Aif	150.213.000	147.325.000
25	Tahu Beko	148.326.000	143.569.000

Sumber : Data Pengusaha Tahu (2023)

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan bahwa UMKM Tahu bersifat fluktuatif bisa di lihat dari pendapatannya yang mengalami kenaikan maupun penurunan pada pendapatan dan penjualannya pada tahun 2022 dan 2023 yang kurang maksimal di bandingkan dengan usaha lainnya. Hal ini berdampak dari tidak tercapainya target penjualan UMKM Tahu. Berdasarkan penjelasan di atas memperkuat dugaan bahwa adanya beberapa permasalahan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan pada UMKM Tahu.

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat beberapa temuan dari hasil observasi yang menunjukkan adanya permasalahan pada jiwa kewirausahaan dan kreativitas pengusaha tahu yang kurang optimal. Sehingga perlu adanya peningkatan pada pengusaha tahu agar mencapai keberhasilan usaha.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Contohnya seperti kemampuan kemauan, pantang menyerah, tekak yang kuat, modal yang cukup, mengetahui target pasar, menggunakan teknologi tepat guna, relasi, dan inovasi kreativitas. Keberhasilan dalam menemukan produk baru tersebut mengindikasikan bahwa wirausahawan tersebut memiliki keberhasilan yang tinggi dalam berwirausaha. Menurut (Rizki Zulfikar, 2018:292) keberhasilan usaha dapat dicapai jika kinerja pemasaran berjalan dengan baik sejalan dengan promosi besar-besaran disertai dengan target pasar yang jelas, maka keberhasilan usaha dapat dicapai. Pada penelitian ini yang dimaksud dengan keberhasilan usaha ialah pencapaian dalam usaha yang dapat mencapai tujuan dari suatu usahanya yang menggambarkan dari posisi usahanya dapat berada lebih baik dari pada yang ada di sekelasnya dan dapat mengembalikan aset yang telah digunakan. Keberhasilan dalam menemukan produk baru tersebut mengindikasikan bahwa wirausahawan tersebut memiliki keberhasilan yang tinggi dalam berwirausaha.

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. Maka dari itu peneliti melakukan pra survey penelitian tentang

Keberhasilan Usaha di UMKM Tahu sebanyak 30 responden yang dijadikan sampel untuk mengetahui Keberhasilan Usaha dari UMKM Tahu. Hasil pra survey Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaetn Bandung Barat sangat kurang baik, Hal tersebut dapat dilihat dari tabel 1.7 sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Hasil Pra Survey Keberhasilan Usaha UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat**

No	Dimensi	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah skor	Rata rata
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Jumlah penjualan meningkat	Penjualan usaha tahu selalu mengalami peningkatan	6	5	12	7	0	100	3,33
2	Hasil produksi meningkat	Produksi yang dihasilkan usaha tahu mengalami kenaikan produktivitas	1	5	9	10	5	77	2,56
3	Keuntungan atau profit bertambah	Hasil penjualan mengalami peningkatan terus-menerus	4	9	5	12	0	95	3,16
4	Pertumbuhan usaha	Pertumbuhan usaha tahu selalu mengalami kenaikan	5	7	9	5	4	94	3,13
5.	Usaha berkembang cepat dan memuaskan	Usaha tahu susu mengalami perkembangan cepat dan sangat memuaskan	2	5	10	10	3	70	2,76
skor rata-rata									2,98

Sumber : Hasil olah data kuisioner pra survey (2023)

Berdasarkan Tabel 1.7 di atas mengenai Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat, menunjukkan bahwa Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat berada pada posisi yang kurang hal ini ditunjukkan oleh skor rata-rata dari seluruh dimensi sebesar 2,98, dengan dimensi jumlah penjualan meningkat memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,33, keuntungan atau profit bertambah memiliki skor rata-rata sebesar 3,16 dan

dimensi pertumbuhan usaha memiliki skor rata-rata 3,13, sedangkan skor dengan rata-rata kurang yaitu usaha berkembang cepat dan memuaskan dengan skor rata-rata 2,76, dan skor terendah yaitu dimensi hasil produksi meningkat dengan skor rata-rata sebesar 2,56. Artinya usaha tahu mengalami penurunan produksi dan usaha tahu kurang mengalami perkembangan yang cepat dan kurang memuaskan. Hal ini membuktikan bahwa Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat berada pada kondisi yang kurang.

Berdasarkan Tabel 1.7 mengenai Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat yang kurang. 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 pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat. Dalam menentukan keberhasilan usaha terdapat lima faktor yang utama yang harus diperhatikan oleh UMKM menurut Kasmir (2018: 19) yaitu: kompetensi, motivasi, efikasi diri, kreativitas dan jiwa kewirausahaan. Berikut ini faktor yang dirasakan dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha di UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat seperti yang terlihat pada Table 1.8 di bawah:

**Tabel 1.8**  
**Hasil Kueisioner Pra Survey Tentang Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat**

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-rata
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Kompetensi	<i>Technical Competences</i>	2	20	3	3	2	109	3,63
		<i>Human Relation Competence</i>	5	7	5	13	0	94	3,13
		<i>Marketing Competence</i>	11	7	5	7	0	112	3,73
skor rata-rata kompetensi									3,49
2	Motivasi	Semangat	7	20	3	0	0	124	4,13

Lanjutan Tabel 1.8

No	Variabel	Dimensi	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata-rata
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
		Inovatif	5	10	5	5	0	100	3,33
		Inisiatif	5	15	7	3	0	121	4,03
		Berani mengambil risiko	10	10	5	5	0	115	3.83
skor rata-rata Motivasi									3.83
3.	Kreativitas	Kelancaran berfikir	1	6	8	9	6	77	2.56
		Keluwesan berfikir	9	10	6	5	0	115	3.43
		Elaborasi	5	5	10	10	0	70	2.33
		Originalitas	4	6	11	9	0	95	3.16
skor rata-rata kreativitas									2,87
4	Efikasi diri	Suasana kerja	10	15	5	0	0	125	4.16
		Perlakuan yang baik	14	10	6	0	0	100	3.33
		Hubungan yang harmonis	10	11	6	3	0	117	3.93
		Perlakuan yang adil	10	12	8	0	0	122	4.06
		Rasa aman	15	10	5	0	0	130	4,33
Skor rata- rata Efikasi Diri									3,96
5	Jiwa Kewirausahaan	Motif Berprestasi	5	8	10	4	3	98	3.26
		Inisiatif	9	10	6	5	0	115	3.43
		Berani mengambil risiko	1	5	8	10	5	68	2.36
		Percaya diri	1	6	8	9	6	77	2.56
		Memiliki jiwa kepemimpinan	6	5	12	7	0	100	3.33
Skor rata-rata jiwa kewirausahaan									2.98
Total skor rata-rata seluruh variabel									3.42

Sumber: Hasil Olah Data Penulis (2023)

Berdasarkan Tabel 1.8. Dapat diketahui bahwa tanggapan pengusaha mengenai lima variabel bebas yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha yang memperoleh nilai terendah yaitu variabel kreativitas dengan skor rata-rata sebesar 2,87 dan jiwa kewirausahaan dengan skor rata-rata sebesar 2,98. Jiwa Kewirausahaan dan kreativitas menjadi masalah dalam Keberhasilan Usaha pada

UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat. Hal ini menunjukkan rendahnya Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat.

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 jiwa kewirausahaan yang kuat untuk terus berjuang mencari peluang hingga memperoleh hasil. Seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya harus memiliki jiwa yang tangguh. Jiwa kewirausahaan seseorang tercermin pada berbagai hal misalnya kemampuan memimpin, kemandirian (termasuk didalamnya adalah kegigihan), kerja sama dalam tim, kreativitas, dan inovasi. Proses kreatif dan inovatif erat hubungannya dengan *entrepreneurship* (Suprani, Yun. 2018).

Jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif (Pujiastuti & Budiarti, 2018). Upaya untuk menjadikan landasan penelitian dengan tujuan memperkuat penelitian ini maka penulis menggunakan kuesioner untuk mengukur dan mengetahui variabel Jiwa Kewirausahaan dan kreativitas

pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat. Berikut ini adalah data yang diperoleh penulis dalam tabel 1.9 sebagai berikut:

**Tabel 1.9**  
**Hasil Kuisisioner Prasurvey Jiwa Kewirausahaan**

No	Dimensi	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Motif berprestasi	Saya mampu menciptakan suatu produk baru yang berbeda dari produk sebelumnya	5	8	10	4	3	98	3.26
2	Inisiatif	Saya mampu mengembangkan usaha yang sedang berjalan menjadi lebih besar melalui pelatihan dan pengalaman yang diperoleh	9	10	6	5	0	115	3.43
3	Berani mengambil resiko	Saya mampu mengambil resiko yang besar untuk kemajuan usaha saya	1	5	8	10	5	68	2.36
4	Percaya diri	Saya memiliki keyakinan kuat akan kemampuan yang saya miliki untuk usaha ini	1	6	8	9	6	77	2.56
5	Memiliki jiwa kepemimpinan	Saya mampu memimpin usaha yang sedang di jalani dengan penuh percaya diri dan tangguh dalam bertindak	6	5	12	7	0	100	3.33
<b>skor rata-rata</b>								<b>2.98</b>	

Sumber: Hasil olah data kuisisioner pra survey (2023)

Berdasarkan pada Tabel 1.9 diatas secara keseluruhan memperoleh nilai rata-rata sebesar 2.98. Dengan dimensi terendah adalah dimensi berani mengambil risiko sebesar 2.36 dan dimensi percaya diri sebesar 2,56 yang artinya pengusaha Tahu Susu Lembang kurang adanya percaya diri dengan usaha yang sedang di jalani saat ini dan kurangnya keberanian dalam mengambil suatu resiko dalam



usaha. Sedangkan dimensi motif berprestasi, inisiatif, dan memiliki jiwa kepemimpinan masih dirasa kurang dalam menjalankan kegiatan usaha ini. Dapat diambil kesimpulan bahwa jiwa kewirausahaan masih belum optimal.

Selain Faktor Jiwa Kewirausahaan yang mempengaruhi Keberhasilan usaha adapun faktor kreativitas dari seseorang baik itu pada pimpinannya sendiri ataupun para karyawannya, Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan suatu hal baru, cara-cara baru, model baru, yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. 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. 2018:73).

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, 2018:370). Untuk itu peneliti melakukan pra survey faktor yang mempengaruhi kreativitas diantaranya: Kelancaran Berfikir, Keluwesan Berfikir, Elaborasi, dan Originalitas dari empat tersebut seseorang dikatakan kreatif karena memiliki empat faktor tersebut, Hasil pra survey peneliti tentang faktor kreativitas dapat dilihat pada Tabel 1.10 sebagai berikut:

**Tabel 1.10**  
**Hasil Kuisisioner Pra Survey Variabel Kreativitas**

No	Dimensi	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah Skor	Rata Rata
			SS	S	KS	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Kelancaran berfikir	Saya mampu mengasalkan ide baru untuk produk yang saya jual	1	6	8	9	6	77	2,56
2	Keluwesannya berfikir	Saya mampu mencari alternatif ide dalam menyelesaikan suatu permasalahan	9	10	6	5	0	115	3.43
3	Elaborasi	Saya mampu mengembangkan gagasan dan mampu memecahkan permasalahan dalam perusahaan secara detail	5	5	10	10	0	70	2.33
4	Originalitas	Produk baru yang saya hasilkan memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk di pasar	4	6	11	9	0	95	3.16
<b>skor rata-rata</b>								<b>2,87</b>	

Sumber : Hasil olah data kuisisioner pra survey(2023)

Berdasarkan pada Tabel 1.10 diatas secara keseluruhan memperoleh nilai rata-rata sebesar 2,87 dengan dimensi terendah adalah elaborasi sebesar 2,33 dan kelancaran berfikir 2,56 yang artinya pengusaha Tahu Susu Lembang kurangnya kelancaran berfikir untuk menghasilkan suatu produk dan kurang dalam mengembangkan gagasan, ide-ide nya secara mendetail yang akhirnya ide tersebut tidak terealisasi atau tidak terwujud dengan baik. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kreativitas belum optimal dirasakan.

Berdasarkan uraian fenomena diatas dapat dilihat beberapa masalah yang timbul adalah Keberhasilan Usaha yang belum optimal pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat yang disebabkan oleh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas yang masih rendah. Maka dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang ada sebagai topik dan objek penelitian dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Jiwa**

**Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat (Penelitian dilakukan pada 25 UMKM Tahu)”.**

**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 jiwa kewirausahaan, kreativitas dan keberhasilan usaha.

**1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian yang telah di bahas diatas, diantaranya dapat diidentifikasi masalah-masalah yang muncul pada penelitian yang dilakukan di UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat sebagai berikut :

1. Jiwa Kewirausahaan
  - a. Kurang mampu mengambil resiko yang besar
  - b. Kurangnya kepercayaan diri atas kemampuan yang dimiliki
2. Kreativitas
  - a. Kurang mampu menghasilkan ide baru untuk produk yang di jual
  - b. Kurangnya pengembangan gagasan dan pemecahan masalah
3. Keberhasilan Usaha
  - a. Kurangnya produksi yang dihasilkan mengalami penurunan produktivitas usaha pada tahu
  - b. Kurangnya perkembangan usaha yang cepat dan kurang memuaskan

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya, maka penulis merumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas dalam proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Jiwa Kewirausahaan pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
2. Bagaimana Kreativitas pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
3. Bagaimana Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
4. Seberapa besar pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat baik secara simultan dan parsial.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengkaji dan menganalisis :

1. Jiwa Kewirausahaan pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
2. Kreativitas pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
3. Keberhasilan Usaha pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat.
4. Besarnya pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Tahu Di Kabupaten Bandung Barat baik secara simultan maupun parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini digunakan dengan harapan akan menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang Sumber Daya Manusia (SDM). Selain itu,

penulis juga berharap dengan melakukan penelitian ini akan memperoleh hasil yang dapat memberikan manfaat bagi semua pihak tidak hanya bagi penulis, akan tetapi memberikan manfaat bagi mereka yang membacanya. Adapun kegunaan yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut :

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian atau referensi bagi mahasiswa Universitas Pasundan dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya yang sejenis, dan dapat mengetahui definisi dari motivasi berprestasi dan kreativitas Terhadap keberhasilan usaha.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu manfaat teoritis/akademis maupun praktis. Guna teoritis pada perspektif akademis, penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pengembangan kajian ilmu manajemen dan konsep mengenai motivasi berprestasi dan kreativitas serta pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha. Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

- a. Mengimplementasikan teori – teori yang diperoleh selama kuliah yaitu dari Manajemen Sumber Daya Manusia (Msdm) yaitu tentang yang berkaitan dengan Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Keberhasilan Usaha.
- b. Menambah pengetahuan dan melatih kemampuan dalam menganalisis Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Keberhasilan Usaha.

## 2. Bagi Pengusaha

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam mengkaji penerapan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi atas masalah yang dihadapi sebagai bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan keberhasilan usaha pada UMKM Tahu di Kabupaten Bandung Barat.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi untuk menjadi perbandingan dalam melaksanakan penelitian pada bidang kajian yang sama.

