

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian merupakan kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia yaitu industri makanan yang menjadi salah satu ciri khas tersendiri bagi Kabupaten Garut. Terdapat beberapa makanan ciri khas Kabupaten Garut diantaranya yaitu kerupuk kulit, dodol, buah jeruk, tetapi yang menjadi *trend setter* adalah Dodol. Dodol di Indonesia cukup beragam tidak hanya terdapat di Kabupaten Garut saja tetapi juga terdapat di beberapa daerah lain misalnya dodol betawi khas Jakarta, dodol nanas khas Subang, dodol rumput laut yang berasal dari Nusa Tenggara Barat, dodol Buleleng khas Bali, dan lain sebagainya. Namun dibandingkan dengan dodol-dodol yang lainnya, dodol Garut lebih dikenal sebagai *trademark* makanan tradisional dan juga oleh-oleh khas Kabupaten Garut. Setiap orang menyebutkan Garut yang di ingat adalah dodol selain domba dan jeruknya.

Dodol merupakan salah satu makanan camilan khas yang berasal dari Kabupaten Garut, Jawa Barat. Terdapat berbagai macam jenis dodol Garut seperti Dodol Wijen, Dodol Rujak, Dodol Zebra terdapat juga aneka dodol buah yaitu Dodol Nanas, Dodol Nangka, Dodol Tomat, Dodol Durian, dan rasa buah lainnya. Dodol Garut dikenal luas karena rasanya yang khas dan kelenturan yang berbeda dari produk sejenis dari daerah yang lain.

Dodol Garut lahir dan berkembang pada tahun 1926 oleh seorang pengusaha yang bernama Ibu Karsinah yang berawal dari industri rumahan. Lalu banyak pelaku usaha lain yang menjadi produsen dodol yang juga meningkatnya lapangan pekerjaan dan tingkat produksi dodol di Kabupaten Garut, rata-rata kapasitas produksi per tahun adalah 4.378 ton. Adapun potensi industri Dodol Garut pada tahun terakhir tercatat sesuai data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Garut dengan perubahan data terakhir pada tahun 2017 pada tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Data Industri Dodol Di Kabupaten Garut Tahun 2017

No.	Uraian	Formal	Non Formal	Jumlah
1.	Jumlah Unit Usaha (Unit)	53	103	156
2.	Tenaga Kerja (Orang)	1.369	1.724	3.093
3.	Investasi (000 Rp)	709.450	1.316.150	2.025.600
4.	Nilai Produksi (000 Rp)	164.034.330	30.587.600	194.621.930
5.	Wujud Produksi	Dodol Wijen, Kacang, Susu, Rujak, Zebra dan Dodol Aneka rasa Buah-buahan		
6.	Daerah Pemasaran	Pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera, Bali, Brunai, Malaysia, Jepang, Arab Saudi, Singapura, Inggris		

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Garut, 2017

Berdasarkan dari tabel 1.1 yang dimaksud dengan unit usaha formal dan unit usaha non formal adalah unit usaha formal didefinisikan sebagai unit usaha yang sudah mempunyai perizinan atas usahanya yaitu mempunyai surat Izin Usaha Industri (IUI) sedangkan untuk unit usaha non formal yaitu usaha yang baru berdiri dan masih kecil juga belum mempunyai surat Izin Usaha Industri (IUI). Industri dodol mempunyai unit usaha formal sebanyak 53 unit dan unit usaha non formal terdapat 103 unit dengan jumlah total unit usaha terdapat 156 unit. Tenaga kerja pada unit usaha formal terdapat 1.369 orang dan pada unit usaha non formal terdapat 1.724 orang dengan total tenaga kerja pada industri dodol di Kabupaten Garut terdapat 3.093 tenaga kerja. Investasi yang didapat dari industri dodol dari seluruh unit usaha sebesar Rp. 1.032.350, dengan jumlah nilai produksi pada industri dodol sebesar Rp. 43.309.930.

Pemasaran produk dodol Garut ini tidak hanya berada di Kabupaten Garut saja, tetapi juga merambah ke kota-kota besar yang berada di Pulau Jawa, Kalimantan, Sumatra, dan juga Bali. Selain itu makanan camilan Dodol Garut juga melakukan export ke beberapa negara di Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Eropa seperti ke negara Malaysia, Singapura, Jepang, Brunei, Arab Saudi, dan Inggris. Wujud produksi dodol Garut yaitu ada berbagai macam bentuk dan rasa

dari mulai dodol wijen, dodol kacang, dodol susu, dodol rujak, dodol zebra dan dodol aneka rasa buah-buahan. Tabel 1.2 menunjukkan produk-produk dodol yang dihasilkan di sentra dodol Kabupaten Garut.

Tabel 1. 2 Produk dodol yang dihasilkan

No.	Produk Dodol	Jenis Dodol
1.		Dodol Garut
2.		Dodol Rujak
3.		Dodol Buah
4.		

		<p>Dodol Zebra</p>
<p>5.</p>		<p>Dodol Wijen</p>

Sumber: Data telah diolah

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terpadat ke empat di dunia. Dengan banyaknya jumlah penduduk, dan terbatasnya lapangan pekerjaan, tidak mudah bagi masyarakat Indonesia untuk mencari pekerjaan. Hal ini mendorong masyarakat Indonesia menciptakan inovasi untuk meningkatkan kinerja usaha demi memajukan perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, kontribusi sektor usaha mikro, kecil dan menengah terhadap produk domestic bruto (PDB) adalah 60,3 persen (Kemenperin RI, 2017).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat terus, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar. Data tersebut membuktikan, UMKM merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan, terutama bank untuk menyalurkan pembiayaan. Karena sekitar 60 - 70% pelaku UMKM belum memiliki akses pembiayaan perbankan (Bank Indonesia, 2015).

Jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit pada tahun 2014 hingga 2016 dan pada tahun 2017 jumlah UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit. Pada tahun 2016, saat terjadi krisis global Presiden RI menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan tertinggi yang mampu menopang perekonomian negara. Pada November 2016 Presiden Joko Widodo (Jokowi) menerima para pelaku UMKM di Istana Merdeka untuk dimintai pendapatnya. Jokowi sangat berharap pelaku UMKM menjadi garda terdepan dalam membangun ekonomi rakyat. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8 hingga 99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7 hingga 97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan bertahannya suatu UMKM perlu diutamakan. Menurut data Bank Indonesia, setiap tahunnya kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan. Walaupun pada 2015, sekitar 60%-70% dari seluruh sektor UMKM belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan. Bank Indonesia telah

mengeluarkan ketentuan yang mewajibkan kepada perbankan untuk mengalokasikan kredit atau pembiayaan kepada UMKM mulai Tahun 2015 sebesar 5%, Tahun 2016 sebesar 10%, Tahun 2017 sebesar 15%, dan pada akhir Tahun 2018 sebesar 20% (Bank Indonesia, 2015)

Kabupaten Garut sebagai kota kecil yang terletak di Jawa Barat ini memanfaatkan kekayaan dan potensi yang mereka miliki, hingga kini terdapat banyak industri kecil bahkan industri besar yang sudah berdiri. Kabupaten Garut memiliki potensi kekayaan seperti argo, hasil hutan, kesenian, logam, budaya, kimia dan juga industri makanan sebagai mata pencahariannya untuk menjadikan UMKM sebagai lapangan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1. 3. Data Potensi Industri Kabupaten Garut Tahun 2015-2017

NO	URAIAN	TAHUN			Ket	Perkembangan		
		2015	2016	2017		2015-2016	2016-2017	
1	INDUSTRI AGRO DAN HASIL HUTAN							
	- Unit Usaha	9.796	9.826	9.881	Unit	0,31%	0,56%	
	- Tenaga Kerja	42.039	42.120	42.240	Orang	0,19%	0,28%	
	- Investasi	18.814.761	18.891.761	18.964.761	Juta	0,41%	0,38%	
	- Nilai Produksi	600.138.790	600.821.790	602.071.790	Juta	0,11%	0,21%	
2	INDUSTRI TEKSTIL, KULIT & ANEKA							
	- Unit Usaha	1.405	1.434	1.548	Unit	2,02%	7,36%	
	- Tenaga Kerja	10.779	10.919	11.175	Orang	1,28%	2,29%	
	- Investasi	17.556.063	17.782.063	18.690.063	Juta	1,27%	4,86%	
	- Nilai Produksi	207.900.851	210.970.851	224.314.851	Juta	1,46%	5,95%	
3	INDUSTRI LOGAM & BAHAN BANGUNAN							
	- Unit Usaha	1.952	2.001	2.001	Unit	2,45%	0,00%	
	- Tenaga Kerja	9.203	9.393	9.393	Orang	2,02%	0,00%	
	- Investasi	7.906.596	8.017.396	8.017.396	Juta	1,38%	0,00%	
	- Nilai Produksi	116.638.500	118.791.500	118.791.500	Juta	1,81%	0,00%	

(bersambung)

(sambungan)

NO	URAIAN	TAHUN			Ket	Perkembangan		
		2015	2016	2017		2015-2016	2016-2017	
4	INDUSTRI KIMIA							
	- Unit Usaha	536	568	598	Unit	5,63%	5,02%	
	- Tenaga Kerja	2.710	2.840	3.050	Orang	4,58%	6,89%	
	- Investasi	42.795.585	44.011.585	44.086.585	Juta	2,76%	0,17%	
	- Nilai Produksi	92.948.228	97.328.228	97.358.228	Juta	4,50%	0,03%	
	JUMLAH TOTAL							
	- Unit Usaha	13.689	13.829	14.028	Unit	1,01%	1,42%	
	- Tenaga Kerja	64.731	65.272	65.858	Orang	0,83%	0,89%	
	- Investasi	87.073.005	88.702.805	89.758.805	Juta	1,84%	1,18%	
	- Nilai Produksi	1.017.626.369	1.027.912.369	1.042.536.369	Juta	1,00%	1,40%	

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar
Kabupaten Garut, 2017

Berdasarkan Tabel 1.2 data potensi industri di Kabupaten Garut tercatat sebanyak empat industri, dari tahun 2015 hingga 2017 menunjukkan bahwa potensi industri di Kabupaten Garut terus mengalami peningkatan dari jumlah total unit usaha meningkat sebesar 2,43%, tenaga kerja meningkat sebesar 1,72%, investasi meningkat sebanyak 3,08%, dan juga nilai produksi meningkat sebanyak 2,4%. Dodol termasuk di dalam Industri Argo dan Hasil Hutan yang pada tahun 2017 tercatat memiliki 9.881 unit usaha, 42.240 orang tenaga kerja, 18.964.76 juta investasi, dan 602.071.790 juta nilai produksi pada Industri Argo dan Hasil Hutan. Industri Argo dan Hasil Hutan itu sendiri mengalami perkembangan setiap tahunnya, jumlah perkembangan dari tahun 2015-2017 untuk unit usaha sebesar 0,87%, tenaga kerja meningkat sebanyak 0,47%, investasi meningkat sebanyak 0,79%, dan nilai produksi meningkat sebanyak 0,32%. Menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar bahwa Industri Dodol

memiliki 156 pemilik unit usaha. Dari berbagai macam tempat dan adapun tempat jual yang sama atau toko penjualan yang sama pada Industri Dodol.

Garut dikenal memiliki banyak oleh-oleh yang khas, salah satunya yaitu dodol Garut yang sudah lama menjadi ikon Garut. Daerah Garut mempunyai banyak pabrik yang memproduksi dodol Garut dengan varian rasa yang berbeda-beda. Pada awalnya produsen dodol memproduksi sebagai usaha industri rumahan, tetapi kini sudah merambat menjadi usaha dengan skala yang besar. Industri dodol Garut berkembang dengan ciri khas yaitu dodol Garut mempunyai cita rasa yang berbeda dengan dodol yang lainnya, harga dodol Garut sangat terjangkau. Selain itu pembuatan dodol Garut sangat sederhana dan tidak menggunakan bahan pengawet ataupun bahan makanan tambahan. (www.ekonomi.kompas.com, 2016).

Dodol Garut merupakan salah satu makanan yang telah mampu mengangkat citra Kabupaten Garut sebagai penghasil Dodol yang berkualitas tinggi dan beraneka ragam. Dodol Garut ini dikenal luas karena rasanya yang khas dan kelenturan yang berbeda dari produk yang sejenis dari daerah lain. Menurut situs resmi Pemerintah Kabupaten Garut, industri dodol ini berkembang sejak tahun 1926, saat seorang pengusaha yang bernama Ibu Karsinah memulai proses pembuatan yang sangat sederhana dan terus berkembang hingga saat ini. Industri ini dapat bertahan karena memiliki cita rasa yang berbeda dan mampu bersaing dengan jenis dodol yang berasal dari daerah lain, harganya terjangkau dan merupakan makanan yang sangat digemari oleh masyarakat, proses pembuatannya pun sangat sederhana dan bahan bakunya mudah diperoleh. Meski tidak menggunakan bahan pengawet, tetapi Dodol Garut bisa tahan hingga tiga bulan. (www.garutkab.go.id, 2017).

Proses pembuatan yang sangat sederhana dan terus berkembang hingga saat ini, hal ini disebabkan karena :

1. Memiliki cita rasa yang berbeda dan mampu bersaing dengan jenis dodol yang berasal dari daerah lain;
2. Harganya terjangkau dan merupakan makanan yang sangat digemari oleh masyarakat;

3. Proses pembuatannya sangat sederhana dan bahan bakunya mudah diperoleh;
4. Tidak menggunakan bahan pengawet dan tambahan bahan makanan yang bersifat sintetis;
5. Memiliki daya tahan cukup lama (3 bulan).

Dodol Garut ini mudah dikembangkan dengan mengkombinasikan bahan baku utamanya yaitu dengan memanfaatkan bahan lain seperti buah waluh, kentang, kacang, pepaya, nanas, sirsak dan lain-lain. Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) juga membantu pemasaran melalui pameran-pameran, perbaikan kualitas produk maupun perbaikan desain kemasan melalui pelatihan-pelatihan. Rata-rata kapasitas produksi per tahun adalah 4.378 ton (www.garutkab.go.id, 2017). Adapun potensi industri Dodol Garut pada tahun terakhir tercatat sesuai data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Garut dengan perubahan data terakhir pada tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 1.1.

Salah satu faktor yang memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan UMKM tepatnya Industri Dodol itu sendiri adalah pemasaran. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam organisasi besar, tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa pemasaran memiliki peran yang lebih penting dalam usaha kecil menengah dikarenakan kehilangan ataupun bertambahnya satu konsumen akan sangat menentukan keberlangsungan hidup usaha tersebut (Becherer et al, 2012). Tetapi karakteristik pemasaran di UMKM sangatlah berbeda dengan karakteristik pemasaran untuk perusahaan besar yang ada di teori (Hamali et al, 2016). Tidak sedikit usaha-usaha baru yang mengaplikasikan teori pemasaran konvensional gagal dalam meningkatkan dan mengembangkan usahanya tersebut dikarenakan strategi marketing tradisional memfokuskan pada penetrasi pasar dan efisiensi yang seharusnya digunakan ketika pasar sudah stabil dan usaha sudah cukup berkembang (Morris et al, 2002).

Entrepreneurial marketing (EM) adalah suatu konsep yang diciptakan dari dua ilmu yaitu pemasaran dan kewirausahaan (Ionita, 2012). *Entrepreneurial*

Marketing adalah ilmu yang diciptakan untuk menjelaskan bagian dari pemasaran yang tidak dapat dijelaskan oleh konsep dan teori pemasaran tradisional yang ada (Morrish dan Deacon, 2011). *Entrepreneurial Marketing* adalah suatu fungsi organisasi dan suatu paket proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengatur hubungan pelanggan untuk memberikan keuntungan kepada organisasinya dan kepentingannya yang dikarakteristikan berdasarkan inovasi, pengambilan resiko dan sikap pro-aktif dan dapat dilaksanakan tanpa menggunakan sumber daya yang sedang dikuasai (Ionita, 2012). *Entrepreneurial Marketing* yaitu manajemen pemasaran yang masih bisa dikembangkan untuk berinovasi lebih. Oleh karena itu, kewirausahaan berhubungan dengan pemasaran dan pemasaran berhubungan dengan kewirausahaan (Gilmore, 2011).

Menurut Morris et al (2002) *Entrepreneurial Marketing* memiliki 7 dimensi yaitu diantaranya *Opportunity Focus, Proactiveness, Customer Intensity, Innovation, Risk Taking, Resource Leveraging, dan Value Creation*. Untuk meningkatkan kinerja pada usahanya, pemilik usaha diharuskan untuk lebih jeli dalam melihat kinerja yang ada dengan menggunakan sumber daya dan keahlian yang tersedia untuk meningkatkan dan menciptakan nilai dalam wujud yang kreatif dan inovatif dalam proses pemasarannya. Pemilik usaha kecil dan menengah perlu mengkombinasikan antara pemasaran konvensional dengan kewirausahaan (Syah, 2016).

Dari hasil wawancara dengan Bapak Farid dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Garut sebagai Staff yang memegang sentra Dodol Kabupaten Garut menyatakan bahwa hampir semua belum ada yang menerapkan *Entrepreneurial Marketing*, rata-rata para pelaku usaha dodol di Kabupaten Garut hanya melakukan pemasaran tradisional. Apabila seorang wirausahawan mampu mengaplikasikan *Entrepreneurial Marketing* dalam kegiatan pemasarannya, peningkatan kinerja pada usaha tersebut akan semakin baik. Oleh karena itu, *Entrepreneurial Marketing* sangat penting diketahui dan dikuasai oleh pemilik usaha kecil menengah apabila ingin berkembang dalam usaha yang sedang digelutinya. Melalui *Entrepreneurial*

Marketing, peneliti akan melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap kinerja usaha dari pelaku usaha industri dodol di Kabupaten Garut. Berdasarkan dari latar belakang maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai *Entrepreneurial Marketing* dengan judul **“PENGARUH ENTREPRENEURIAL MARKETING TERHADAP KINERJA USAHA PADA SENTRA DODOL DI KABUPATEN GARUT”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, bahwa banyak UMKM yang belum mengetahui mengenai *Entrepreneurial Marketing* dan menerapkannya pada usahanya tersebut. Perkembangan industri dodol ini tumbuh dan berkembang sangat pesat namun dalam perkembangannya ini tidak lepas dari masalah yang dialaminya yaitu pemasaran. Pada dasarnya pemasaran yang digunakan para pelaku usaha industri dodol ini masih menggunakan pemasaran tradisional yang mengakibatkan adanya persaingan untuk menjual produk dodol dari masing-masing pelaku usaha.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Farid dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Garut sebagai Staff yang memegang sentra Dodol Kabupaten Garut menyatakan bahwa hampir semua belum ada yang menerapkan *Entrepreneurial Marketing*, rata-rata para pelaku usaha dodol di Kabupaten Garut hanya melakukan pemasaran tradisional. Pada umumnya produk dodol Garut yang ada di pasaran memiliki karakteristik yang sama antara satu merek dengan merek lainnya baik dari bentuk, aroma, cita rasa, harga dan kemasan, akibatnya konsumen menemui kesulitan dalam membedakan mana produk dodol yang berkualitas baik dan mana produk dodol yang berkualitas rendah. Produksi terbesarnya terletak antara lain di kecamatan Garut Kota, Cilawu, Tarogong, Wanaraja, dan Banyuresmi.

Dengan melihat pengaruh *Entrepreneurial Marketing* dari para pelaku usaha sentra dodol di Kabupaten Garut, hal tersebut juga dapat melihat kinerja usaha dari para usaha dodol tersebut. Kinerja usaha terdapat dua dimensi yaitu internal dan eksternal, internal merupakan kinerja bisnis yang diukur dari kualitas produk dan kepuasan pelanggan sedangkan eksternal diukur dari lingkungan dan masyarakat (Venkatrman, 1989).

Entrepreneurial Marketing memiliki 7 dimensi yaitu *Opportunity Focus*, *Proactiveness*, *Customer Intensity*, *Innovation*, *Risk Taking*, *Resource Leveraging*, dan *Value Creation* (Morris et al, 2002). Industri Dodol itu sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam perkembangan UMKM yaitu pemasaran dengan *Entrepreneurial Marketing* apakah akan berpengaruh kepada kinerja usaha dari UMKM dodol dari setiap pelaku usaha yang ada di Kabupaten Garut. Peneliti mengambil 7 dimensi *Entrepreneurial Marketing* maka dari itu, dalam perkembangan awal sebuah bisnis dengan menggunakan *Entrepreneurial Marketing* peneliti akan melihat seberapa besar pengaruhnya terhadap kinerja usaha dari pelaku usaha industri dodol di Kabupaten Garut.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang sebelumnya telah diuraikan di atas, maka dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Entrepreneurial Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja usaha pada Sentra Dodol di Kabupaten Garut?
2. Seberapa besar pengaruh *Entrepreneurial Marketing* secara parsial yaitu dengan variabel *Opportunity Focus*, *Proactiveness*, *Customer Intensity*, *Innovation*, *Risk Taking*, *Resource Leveraging*, dan *Value Creation* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Dodol di Kabupaten Garut?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Marketing* secara simultan terhadap kinerja usaha.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Entrepreneurial Marketing* secara parsial yaitu *Opportunity Focus*, *Proactiveness*, *Customer Intensity*, *Innovation*, *Risk Taking*, *Resource Leveraging*, dan *Value Creation* terhadap Kinerja Usaha.

1.6 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan ataupun manfaat bagi pihak yang terkait antara lain sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis dan memberikan manfaat terkait dengan kajian penelitian mengenai *Entrepreneurial Marketing* dalam melihat seberapa berpengaruhnya terhadap kinerja usaha pada UMKM yang ada di Indonesia tepatnya pada industri dodol di Garut.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan penulis terhadap pengetahuan khususnya di bidang *Entrepreneurial marketing* dan kiranya setelah penelitian ini dapat di terapkan dalam berbisnis setelah selesai pendidikan sarjana nya.

2. Bagi Pelaku Bisnis khususnya UMKM

Dapat memberikan saran dan pendapat kepada para pelaku bisnis UMKM mengenai pentingnya *Entrepreneurial marketing* dalam menciptakan kinerja usahanya.

3. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi bahan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan bidang *Entrepreneurial Marketing*.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian berfokus pada bagaimana pengaruh *Entrepreneurial Marketing* yaitu *Opportunity Focus, Proctiveness, Customer Intensity, Innovation, Risk Taking, Resource Leveraging, dan Value Creation* yang berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Dodol di Garut. Penelitian ini dilakukan pada Industri Dodol yang menggunakan data sekunder yaitu berupa data jumlah unit usaha yang menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar terdapat 156 pemilik usaha Industri Dodol. Dari berbagai macam tempat dan adapun tempat jual yang sama atau toko penjualan yang sama pada sentra dodol. Penelitian ini mengambil sampel dari responden pelaku usaha sentra dodol Garut sebanyak 70 responden.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Terdapat sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai umum objek penelitian, fenomena latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pada penelitian yang akan dilakukan, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, membahas penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran yang berdasarkan dengan landasan teori yang menggambarkan permasalahan penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjelaskan ataupun menjawab masalah penelitian yang meliputi penjelasan mengenai: jenis penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, cara pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari analisis data yang telah didapatkan secara sistematis dengan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Lalu, selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai analisis tersebut.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian tersebut. Pada bab ini juga menjelaskan saran yang diberikan dan merupakan masukan yang akan membangun bagi pihak objek penelitian maupun pihak-pihak yang terkait lainnya.