

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Tinjauan objek penelitian ini adalah pengusaha di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM yang tergabung dalam Komunitas Benua Citra Niaga. Di negara berkembang UMKM masuk ke dalam berbagai sektor bisnis, mulai dari penjualan ritel grosir, perdagangan, manufaktur dan konstruksi hingga layanan. Namun, mayoritas bisnis ini (UMKM) cenderung berkonsentrasi pada layanan dan ritel (Abor, 2017).

Menurut data dari Dinas Koperasi & UMKM Kota Bandung (2018), terdapat 5.220 UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Akan tetapi, menurut data Badan Pusat Statistik Jawa Barat, jumlah Usaha Mikro Kecil yang terdapat di Kota Bandung, yaitu sebanyak 333.112 (BPS, 2018), yang artinya bahwa hanya 1,66% saja UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung.

Selain jaringan formal seperti pemerintah pemilik usaha UMKM juga banyak menggunakan jaringan informalnya dengan mengikuti komunitas/forum/himpunan pengusaha yang digunakan sebagai wadah untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan bisnis mereka. Salah satu komunitas pengusaha yang terdapat di Kota Bandung adalah Benua Citra Niaga yang merupakan komunitas UKM yang didirikan pada tahun 2015. Terdiri dari kumpulan UKM di Jawa Barat yang sebagian besar saat ini didominasi oleh UKM Bandung. Komunitas ini bekerjasama dengan pusat inkubator bisnis Universitas Padjadjaran, pemerintahan, serta komunitas lainnya. Sehingga jaringan usaha di komunitas ini terbangun dan terbentuk untuk mensejahterakan bersama.

Komunitas membantu memberikan ketersediaan informasi bagi pelaku UKM di Indonesia khususnya di Jawa Barat baik mengenai informasi pasar maupun informasi kegiatan-kegiatan positif untuk memajukan usaha yang dijalankan.

Hingga tahun 2019 anggota komunitas ini sudah mencapai 250 anggota yang terdiri dari pengusaha produk kuliner, kerajinan (*craft*), fashion, dan jasa.

a. Visi, Misi , dan Tujuan Organisasi

Adapun visi, misi, dan Tujuan dari Komunitas Benua Citra Niaga adalah sebagai berikut:

1) Visi

- a) Menjadi perusahaan berkualitas di Indonesia
- b) Menciptakan dan mengembangkan usaha baru yang mempunyai nilai ekonomi dan berdaya saing tinggi
- c) Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya manusia terdidik dalam menggerakkan perekonomian dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi

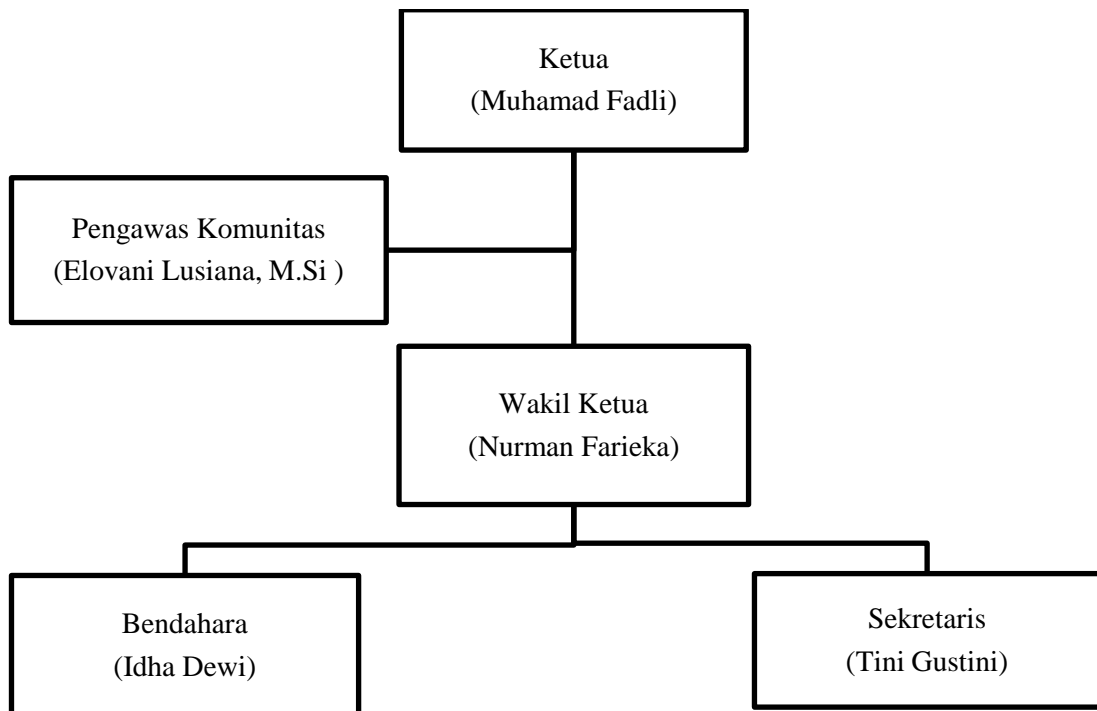
2) Misi

- a) Menjadi lembaga untuk intermediasa bagi wirausaha baru (*Strat-Up*)
- b) Menghasilkan sumberdaya manusia pengelola yang memadai dan berkualitas
- c) Mengkoneksikan sumber pendanaan yang jelas dan berkelanjutan
- d) Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai untuk peserta inkubasi
- e) Memfasilitasi dan memberikan pelayanan pengembangan usaha

3) Tujuan

- a) Menghimpun perusahaan *Start Up* yang terdiri dari mahasiswa serta masyarakat umum dalam bangunan komunitas Benua Citra Niaga
- b) Membangun Jaringan database tenant dengan cara collecting data tenant yang hadir dan aktif bergabung dalam berbagai kegiatan di Benua Citra Niaga

b. Struktur Organisasi



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi

Sumber: Hasil olahan penulis berdasarkan wawancara pada 27 Mei 2018

c. Fasilitas, Layanan, dan Aktivitas

Komunitas Benua Citra Niaga juga memberikan fasilitas yang dapat diakses oleh para wirausahawan anggota komunitas, diantaranya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Fasilitas, Layanan, dan Aktivitas Komunitas Benua Citra Niaga

Sumber: Company Profile, 2017

Layanan yang dapat diakses anggota komunitas diantaranya adalah: (a) Pembinaan, dengan cara memberikan konsultasi bisnis dan menggali permasalahan yang dihadapi; (b) Pemasaran, dengan membantu pemasaran produk agar lebih dikenal masyarakat luas; (c) Jaringan usaha, sebagai sumber pembiayaan investor berbasis non-bank.

Selain fasilitas serta layanan yang disediakan oleh komunitas Benua Citra Niaga untuk anggotanya, beberapa aktivitas yang telah dilaksanakan dan diikuti pelaku usaha UMKM anggota Komunitas Benua Citra Niaga baik yang bersifat bisnis maupun non-bisnis selama tahun 2018 dan 2019 diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Benua Citra Niaga sebagai peserta dalam kegiatan “*women entrepreneurs and profesional working group meeting 2018*”
2. Benua Citra Niaga sebagai peserta dalam pameran ‘darpanagari’ yang diselenggarakan di Pantai Indah Kapuk Jakarta tanggal 23-26 Agustus 2018

3. Beberapa anggota komunitas Benua Citra Niaga ikut serta dalam kegiatan festival pesona lokal yang diselenggarakan oleh Adira Finance di Bandung pada September 2018
4. Anggota komunitas Benua Citra Niaga sebagai penerima bantuan permodalan PT Angkasa Pura II melalui program PKBL (Program kemitraan dan Bina Lingkungan) pada September 2018
5. Beberapa anggota komunitas Benua Citra Niaga ikut serta dalam kegiatan pameran di Jakarta Convention Center difasilitasi oleh PT Angkasa Pura II pada tanggal 21-25 November 2018
6. Benua Citra Niaga menyelenggarakan pelatihan bagi anggota komunitas mengenai kemasan, pemasaran, manajemen stok, keuangan, dan kasir berbasis teknologi yang diselenggarakan pada 27 Desember 2018
7. Benua Citra Niaga bersama dengan RPX Logistik menyelenggarakan sosialisasi dan training RPX dengan judul ‘Peluang Usaha Bisnis Logistik Solusi Bagi UMKM di Gedung Bale Motekar pada 7 Februari 2019
8. Beberapa anggota komunitas Benua Citra Niaga ikut serta sebagai peserta Expo Industri Halal dalam acara ‘Indonesia Economy Festival pada April 2019
9. Komunitas Benua Citra Niaga membantu pengurusan HKI atau Hak Kekayaan Intelektual atas merek Inmons Snack Attack dan Manona pada Mei 2019

1.2. Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki populasi jumlah usia produktif yang sangat tinggi, diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2030. Hingga Agustus 2018 data Badan Pusat Statistik (2018) menunjukkan jumlah penduduk usia produktif di Indonesia sebesar 194.779.441 jiwa. Berdasarkan survei penduduk antar sensus (Supas) 2015 yang dikutip dari jawapos.com (26 Januari 2019), Indonesia saat ini sedang menikmati masa bonus demografi di mana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif, yakni lebih dari 68% dari total populasi atau sebanyak 183,36 juta jiwa.

Dengan masa bonus demografi yang dihadapi dimana usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif, Indonesia perlu memiliki lebih banyak kesempatan kerja. Pada situasi saat ini, pertumbuhan ekonomi makro Indonesia telah berhasil mendorong penurunan tingkat pengangguran. Namun jika populasi terus bertambah,

maka harus lebih bertambah banyak pula lapangan kerja yang perlu dicapai. Berwirausaha menjadi semakin penting, karena dengan berwirausaha masyarakat dewasa muda Indonesia tidak perlu bingung mencari pekerjaan, melainkan dapat menciptakan suatu pekerjaan bagi orang lain.

Dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil, jumlah angkatan kerja yang tinggi, adanya perubahan birokrasi di bidang ekonomi, dan tingkat keseimbangan daya beli masyarakat yang terus meningkat menyebabkan banyak para ahli ekonomi meramalkan bahwa pada tahun 2050 nanti, 50% perekonomian dunia akan dikuasai oleh Asia, dimana akan ada 3 kekuatan yang mampu menguasai pasar dunia. Indonesia, China, dan India akan menjadi kekuatan ekonomi Asia yang akan menjadi kekuatan dunia. Potensi Indonesia yang memiliki tenaga kerja di sektor informal yang menopang perekonomian nasional mengharuskan para wirausahawan muda bisa mengambil peluang mengingat masa depan dunia ada di tangan wirausahawan muda. (Marketeters Editor, 2012, marketeters.com, diakses tanggal 3 April 2019)

Indonesia yang memiliki kekuatan tenaga kerja di sektor informal yang tinggi yaitu pelaku UMKM, Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menilai UMKM memiliki peranan yang sangat vital dalam menopang pertumbuhan ekonomi. Bahkan, sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja yang kemudian menurunkan angka kemiskinan. Kekuatan sektor UMKM sudah terbukti ketika Indonesia mengalami krisis keuangan pada tahun 1997-1998. Sektor UMKM adalah sektor yang masih tumbuh, bahkan pascakrisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru terus meningkat hingga mampu menyerap 85-107 juta tenaga kerja sampai 2012 (Sutrisno, 2016, republika.co.id, diakses tanggal 25 Maret 2019).

UMKM merupakan sektor yang berkontribusi besar dalam pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara. UMKM banyak memberikan kontribusi bagi pemerintah dalam menyerap banyak tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Berdasarkan catatan Kadin Indonesia, Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional yaitu sebesar 99,9%, penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dan UMKM menyumbang terhadap PDB hingga 60,34% (Putra, 2018, liputan6.com, diakses tanggal 27 Maret 2019).

Di Jawa Barat jumlah penduduk berusia > 15 Tahun keatas yang memiliki Usaha Sendiri sebesar 4.053.004 orang atau 19% dari total penduduk dengan status pekerjaan utama seperti terlihat pada tabel 1.1 :

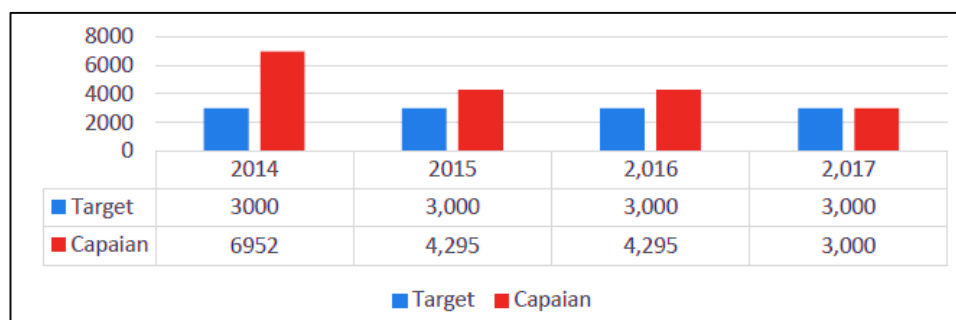
TABEL 1. 1
JUMLAH PENDUDUK DENGAN STATUS PEKERJAAN UTAMA DI JAWA BARAT

Status Pekerjaan Utama	Tahun		
	2015	2016	2017
Berusaha sendiri	3.411.074	3.482.438	4.053.004
Berusaha dibantu Buruh Tidak Tetap	1.971.380	1.983.549	2.021.640
Berusaha dibantu Buruh Tetap	633.037	770.741	729.068
Buruh/Karyawan/Pegawai	8.689.172	9.090.674	9.592.406
Pekerja Bebas di Pertanian	1.002.428	1.138.437	1.161.931
Pekerja Bebas di Non Pertanian	1.748.484	1.510.335	1.535.678
Pekerja Tak Dibayar	1.335.907	1.225.864	1.467.848
Jawa Barat	18.791.482	19.202.038	20.551.575

Sumber: Paparan Rapat Koordinasi Jawa Barat, 2018

Pertumbuhan penduduk dengan status pekerjaan utama berusaha sendiri terus mengalami peningkatan sejak tahun 2015 hingga tahun 2017. Tahun 2015 ke 2016 terjadi peningkatan sebesar 2,09% sedangkan dari tahun 2016 ke tahun 2017 terjadi peningkatan yang cukup besar yaitu sebesar 16,38%. Hal tersebut mampu membantu meningkatkan tingkat partisipasi angkatan kerja di Jawa Barat dengan presentase kenaikan dari tahun 2015 ke 2016 dan 2016 ke 2017 secara berturut-turut yaitu sebesar 2,18% dan 7,03%.

Peningkatan ini didukung oleh Program Pencetakan 100 Ribu Wirausaha Baru Jawa Barat yang sasarannya adalah meningkatkan minat dan kemampuan wirausahawan baru (WUB). Capaian pencetakan 100 ribu wirausahawan ini dari tahun 2015 hingga tahun 2017 selalu melampaui target seperti yang dapat terlihat pada gambar 1.3:



Gambar 1. 3 Target Capaian Program 100 ribu Wirausahawan Baru Jawa Barat

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Barat, 2018

Program-program gerakan 100 ribu wirausahawan baru, yaitu terdiri Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sejak awal peluncurannya pada tahun 2014, target dari 3000 wirausahawan baru setiap tahunnya capaian yang diperoleh selalu mencapai target. Tahun 2014 diperoleh sebanyak 6.952 wirausahawan baru, tahun 2015 dan 2016 sama-sama sebanyak 4.295, dan tahun 2017 sebanyak 3000 pengusaha. Menurut Ahmad Heryawan dikutip dari republika.co.id (9 Mei 2018) Hingga akhir 2017 telah tercetak 129.000 WUB hasil kerja sama dari 13 OPD Pemprov Jabar dan unsur Jabar Masagi. Ia menuturkan ke-129.000 wirausaha baru yang berasal dari 27 kota dan kabupaten di Jabar tersebut memiliki bisnis berbeda-beda sesuai dengan kompetensi masing-masing. Mereka dilatih menjadi enterpreneur yang baik dan diberikan kemudahan akses keuangan oleh Pemprov Jabar.

Pemberdayaan, pengembangan, dan pembiayaan UMKM di Bandung menurut UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan menengah dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah yang mana untuk wilayah kota Bandung dinaungi oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bandung itu sendiri adalah salah satu perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota Bandung yang memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan urusan Pembinaan dibidang Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pembentukan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 08 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah (diskopumkm.bandung.go.id, diakses tanggal 23 Maret 2019).

Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandung yang dikutip dari Laporan Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Bandung Tahun 2018 (2018), jumlah penduduk yang bekerja di Kota Bandung pada Agustus 2017 mencapai 1.116.529 orang, bertambah 31.540 orang dibanding keadaan Agustus 2015. Dari jumlah angkatan kerja tersebut Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kota Bandung Tahun 2017 bergerak naik. Pada tahun 2015, TPAK Kota Bandung sebesar 62,52% dan mengalami kenaikan sebesar 0,59% yaitu menjadi 63,11% pada tahun 2017. Pada tahun 2017 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kota Bandung turun sebesar 0,59% menjadi 8,44%. Penurunan TPT sendiri dapat diartikan bahwa jumlah penduduk yang menganggur pada tahun 2017 menurun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal tersebut dapat terjadi karena terdapat kenaikan pada penduduk yang bekerja dengan status pekerjaan berusaha sendiri. Kenaikan penduduk yang bekerja dengan status berusaha sendiri adalah sebesar 5,48 %, pada tahun 2015 sebesar 16,15 % menjadi 21,63% pada tahun 2017.

Pertumbuhan jumlah unit UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung terus meningkat dari tahun 2012 hingga 2018 seperti yang tertera pada tabel 1.2 :

TABEL 1. 2

JUMLAH UMKM YANG TERDAFTAR DI DINAS KOPERASI & UMKM KOTA BANDUNG

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077
2018	5.220

Sumber: Dinas Koperasi & UMKM Kota Bandung, 2018

UMKM di Kota Bandung mengalami pertumbuhan setiap tahunnya karena di dorong oleh pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung yang bisa dikatakan baik. Dikutip dari artikel di Pikiran Rakyat (2018), untuk tahun 2017 Kota Bandung memiliki laju pertumbuhan ekonomi diatas 7,2%, itu merupakan angka laju ekonomi tertinggi dibanding kota-kota lain yang ada di Indonesia. Lebih tinggi dari laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Barat dan Indonesia. (Muhaimin, 2018, pikiranrakyat.com, diakses tanggal 17 Maret 2019)

Backman dan Karlsson (2013) mempertimbangkan daftar faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan pengusaha. Kelompok faktor pertama termasuk modal manusia, modal keuangan, peran *network* dan pengalaman sebelumnya. Dalam hal ini peran *network* dalam mempengaruhi niat/tujuan/motive seorang pengusaha dalam proses kewirausahaannya sangat penting.

Penelitian yang berjudul "*Informal Innovation: Entrepreneurship and Informal Communities*", yang dirilis oleh *Economist Intelligence Unit* yang dikutip dari artikel *The Economist* (2016), mengkonfirmasi bahwa *network* atau jaringan profesional infomal dan komunitas lebih penting untuk keberhasilan berwirausaha daripada struktur formal seperti inkubator dan akselerator.

Menurut Katz & Green dalam bukunya "*Entrepreneurial Small Business*" (2017), Wirausahawan yang paling sukses adalah mereka yang mengakui orang lain yang memiliki keahlian yang dibutuhkan dan mereka yang menjalin hubungan dengan orang yang memberi mereka manfaat dari keahlian tersebut. Dalam banyak kisah

tentang pemilik usaha kecil, mereka mendapatkan kesuksesan dengan bergantung pada orang lain untuk membantu menjalankan bisnisnya. Seseorang mungkin baru dalam lingkungan bisnis, industri, atau tempat dimana bisnis itu berjalan, tetapi dengan keahlian yang tepat suatu bisnis dapat meningkatkan peluang keberhasilannya. Kunci dari hal tersebut adalah dengan membangun *network* atau jaringan dengan orang-orang yang percaya atas bisnis yang dijalankan dan sebagai pelaku bisnis juga harus bersedia membantu orang lain dengan memberikan bantuan sebagai balasannya (Katz & Green, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Huse (2014) mengenai peran *network* dalam proses kewirausahaan menunjukkan bahwa para pengusaha menggunakan *network* untuk mendapatkan inspirasi, informasi, pengetahuan, meminta nasihat dan bantuan, serta menyediakan sumber daya manusia untuk membangun tempat. Mereka menggunakan teman, keluarga dan kenalan mereka untuk membantu dengan melakukan pekerjaan sukarela, yang merupakan bagian penting dari jalam menuju kesuksesan.

Sebuah jajak pendapat yang dilakukan oleh *National Federation Independent Business* menemukan bahwa 34% dari pemilik perusahaan tidak memilik seseorang yang dapat dijadikan tempat bertanya, sewaktu membuat keputusan bisnis yang penting. Bila tidak ada seorangpun tempat bertanya, mereka dengan sendirinya merasakan tegang menyadari bahwa keputusan yang mereka ambil adalah penyebab keberhasilan atau kegagalan yang akan mengakibatkan dampak yang merusak pada beberapa orang (Scarborough & Cornwall, 2015)

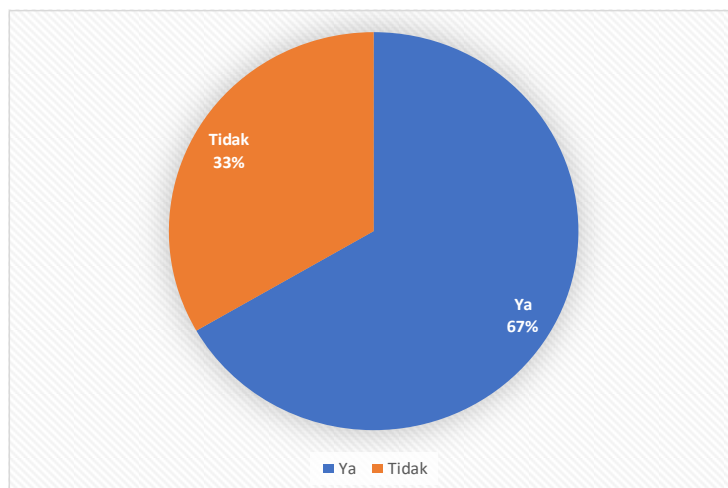
Salah satu indikator penting dalam *entrepreneurial network* itu sendiri adalah informasi dan pengetahuan. Pencarian informasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan saat ini sangat mudah dengan hadirnya internet. Menurut survey yang dilakukan oleh APJII (2016) yang merupakan asosiasi yang bertujuan untuk mengatur tarif jasa internet yang ada di Indonesia, menyatakan bahwa pengguna internet terbesar di Indonesia didominasi oleh kelompok pekerja/wiraswasta sebanyak 62%. Pesatnya perkembangan teknologi informasi yang kini mulai mencakup berbagai kebutuhan sehari-hari penggunanya membawa solusi yang efektif.

Seperti dari penjelasan diatas *network* atau jaringan profesional infomal dan komunitas lebih penting untuk keberhasilan berwirausaha. Berkomunikasi dengan orang lain yang mampu memberi manfaat dari keahlian kepada pemilik usaha mampu

untuk membantu kesuksesan mereka. Informasi dan pengetahuan dari sektor informal juga menjadi lebih mudah dengan adanya pertumbuhan di bidang teknologi dan internet. Benua Citra Niaga merupakan salah satu jaringan profesional informal yang berbentuk komunitas dimana mereka membantu untuk memberikan ketersediaan informasi bagi pelaku UKM di Indonesia khususnya di Jawa Barat baik mengenai informasi pasar maupun informasi kegiatan-kegiatan positif untuk memajukan usaha yang dijalankan. Pemilihan Komunitas Benua Citra Niaga sebagai objek penelitian dikarenakan program layanan dan fasilitas yang Komunitas Benua Citra Niaga berikan salah satunya adalah perluasan jaringan usaha (*entrepreneurial network*) sebagai sumber kepada akses permodalan dan investor, akses terhadap informasi, akses terhadap seminar, pelatihan dan workshop, juga akses pada keikutsertaan dalam pameran nasional dan internasional.

Untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai seberapa luas dan seberapa sering pemilik usaha menggunakan *network* serta manfaat yang diterima oleh pemilik usaha dari *network* itu sendiri. Peneliti melakukan survei awal secara acak terhadap 15 pemilik usaha di Komunitas Benua Citra Niaga.

Berdasarkan survey pra-penelitian yang dilakukan kepada pemilik usaha anggota komunitas Benua Citra Niaga yang disebar kepada 15 orang pemanfaatan penggunaan fasilitas dan layanan perluasan jaringan hanya dilakukan oleh 10 orang saja atau sebesar 67% dan sisanya sebanyak 5 orang atau 33% nya belum pernah menggunakan fasilitas dan layanan perluasan jaringan yang ada terlihat seperti pada Gambar 1.4:



Gambar 1. 4 Diagram Presentase anggota komunitas Benua Citra Niaga yang menggunakan fasilitas dan layanan perluasan jaringan

Sumber: data olahan penulis, 2019

Dari hasil survei diperoleh bahwa *network*/jaringan yang terlibat dalam aktivitas bisnis pada pemilik usaha anggota komunitas Benua Citra Niaga adalah sebagai berikut:

TABEL 1. 3

JARINGAN YANG TERLIBAT DALAM AKTIVITAS BISNIS

Kelompok <i>Network</i>	Jumlah Responden yang Memilih
Keluarga	12
Teman	11
Rekan di Lingkungan Bisnis yang sama	14
Rekan di Lingkungan Bisnis yang berbeda	9
Pelanggan	14
Karyawan	0
Pemasok	8
Distributor	7
Pemerintah	7
Bank dan Lembaga Keuangan	9
Pakar/Ahli Bisnis	0
Seminar/Pelatihan Bisnis	10
Komunitas/Kelompok Usaha/Forum/Himpunan Pengusaha	15
Perguruan Tinggi	1
Total	117

Sumber: data olahan penulis, 2019

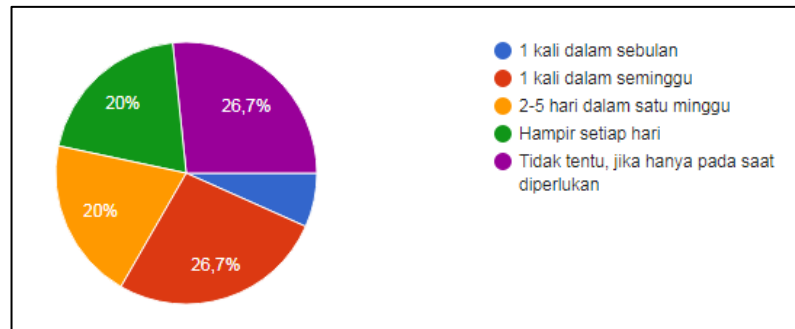
Rata-rata pemilik usaha memiliki jaringan dengan 7-8 kelompok pengusaha yang terdiri dari teman, keluarga, rekan di lingkungan bisnis yang sama serta yang berbeda, pelanggan, pemasok, distributor, pemerintah bank dan lembaga keuangan, seminar/pelatihan, komunitas, serta perguruan tinggi.

Salah satu faktor penentu keberhasilan dalam berwirausaha adalah adanya akses ke jaringan sosial (Zampetakis dan Kanelakis, 2010 dalam Adawiyah 2016). Dari survei pra-penelitian dapat dilihat bahwa Komunitas/Kelompok/Usaha/Forum/Himpunan Pengusaha dipilih oleh ke-15 responden. Hal ini bisa dikarenakan Komunitas tersebut dapat menjadi akses kepada kelompok *network* baru. Selain itu juga keluarga, teman, rekan di lingkungan bisnis yang sama dan pelanggan yang merupakan *personal network*/pribadi dipilih lebih dari 10 responden, artinya sekelompok orang tersebut adalah mereka yang peduli dan berdedikasi yang berkomitmen untuk mendukung serangkaian kegiatan dari pemilik usaha tersebut. Para pemilik usaha juga sangatlah aktif dalam mengikuti kegiatan seminar/Pelatihan sebagai bagian dari *network* dilihat dari 10 responden memilih kelompok *network* tersebut. Mereka aktif dalam mengikuti pelatihan dan pendidikan mengenai kewirausahaan di akademi atau seminar yang diadakan oleh suatu organisasi. Kenyataannya, sangat sering, sekolah menengah, universitas, dan lembaga lainnya menawarkan kursus khusus bagi calon wirausahawan untuk memelihara, meningkatkan, atau memodifikasi niat wirausaha mereka (Gibb, 1993, 1994; Wee, 2004; Matlay, 2005, 2006, 2007; Pittaway dan Cope, 2007a, 2007b; Rae, 2007; Fisher, Graham, & Compeau, 2008; Matricano, 2014, 2017). Jaringan Profesional yang dalam survei diatas dikaitkan dengan distributor, pemasok, bank dan lembaga keuangan, serta pemerintah hanya dipilih oleh kurang dari 10 responden. Jaringan profesional ini digunakan oleh individu bisnis untuk membangun dan memelihara kontak serta mendapatkan sumber daya dan peluang untuk jaringan (Jacob & Aichner, 2015).

Personal dan *profesional network* sama pentingnya untuk menumbuhkan keberhasilan berwirausaha, akan tetapi jika dilihat dari survei yang dilakukan bahwa *personal network* lebih banyak dipilih oleh pelaku usaha di sektor UMKM. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Peltier dan Naidu (2012) menyatakan bahwa *personal network* adalah yang paling penting selama masa permulaan bisnis, dengan *social network* lain tumbuh dalam frekuensi kontak dan kepentingan seiring

berjalannya waktu. Pemilik usaha kecil dapat diklasifikasikan berdasarkan preferensi jaringan dan bahwa *social network* menuntun pada kinerja yang unggul.

Rata-rata frekuensi komunikasi pemilik usaha dengan kelompok *network* dalam lingkungan bisnisnya mayoritas dilakukan dalam kurun waktu “satu kali dalam seminggu” serta “tidak tentu, jika hanya pada saat diperlukan” dengan angka sama, yaitu sebesar 26,7% atau masing-masing sebanyak 4 responden menjawab.

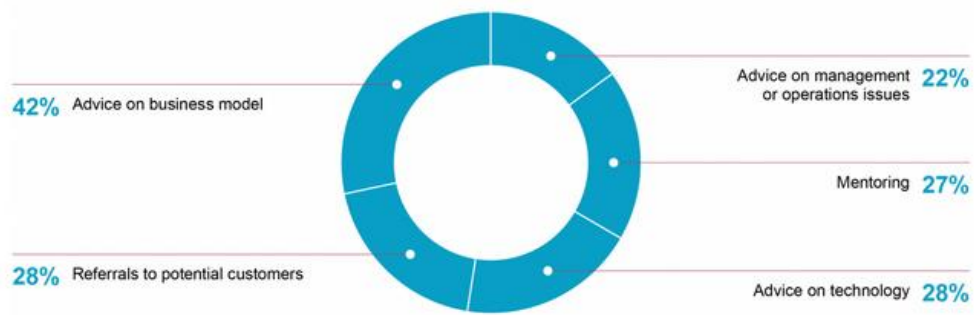


Gambar 1. 5 Diagram Rata-rata frekuensi komunikasi dengan Kelompok Network

Sumber: data olahan penulis, 2019

Penelitian berdasarkan survei dari 1000 pengusaha di sepuluh kota yang berlokasi di Asia (Hong Kong, Shanghai, Singapore, Taipei, Ho Chi Minh City, Seoul), Eropa (London and Tel Aviv), dan Amerika (New York and San Francisco). Menurut penelitian, 71% pengusaha di Seoul dan 78% di Tel Aviv, merasa proses peluncuran bisnisnya sulit. Kurangnya pembiayaan, peraturan yang rumit, dukungan yang lemah dari pemerintah, takut akan kegagalan merupakan rintangan yang dapat membunuh aspirasi wirausahawan. Mampu mengandalkan bimbingan seseorang yang telah melalui itu semua (berpengalaman) sangatlah berharga. Saran rekan bisnis masih akan sangat penting ketika memilih model bisnis terbaik dan teknologi terbaik, atau sebagai rujukan mencari pelanggan potensial. (Economist Intelligence Unit, 2016, <http://informalinnovation.economist.com/>, 20 Maret 2019)

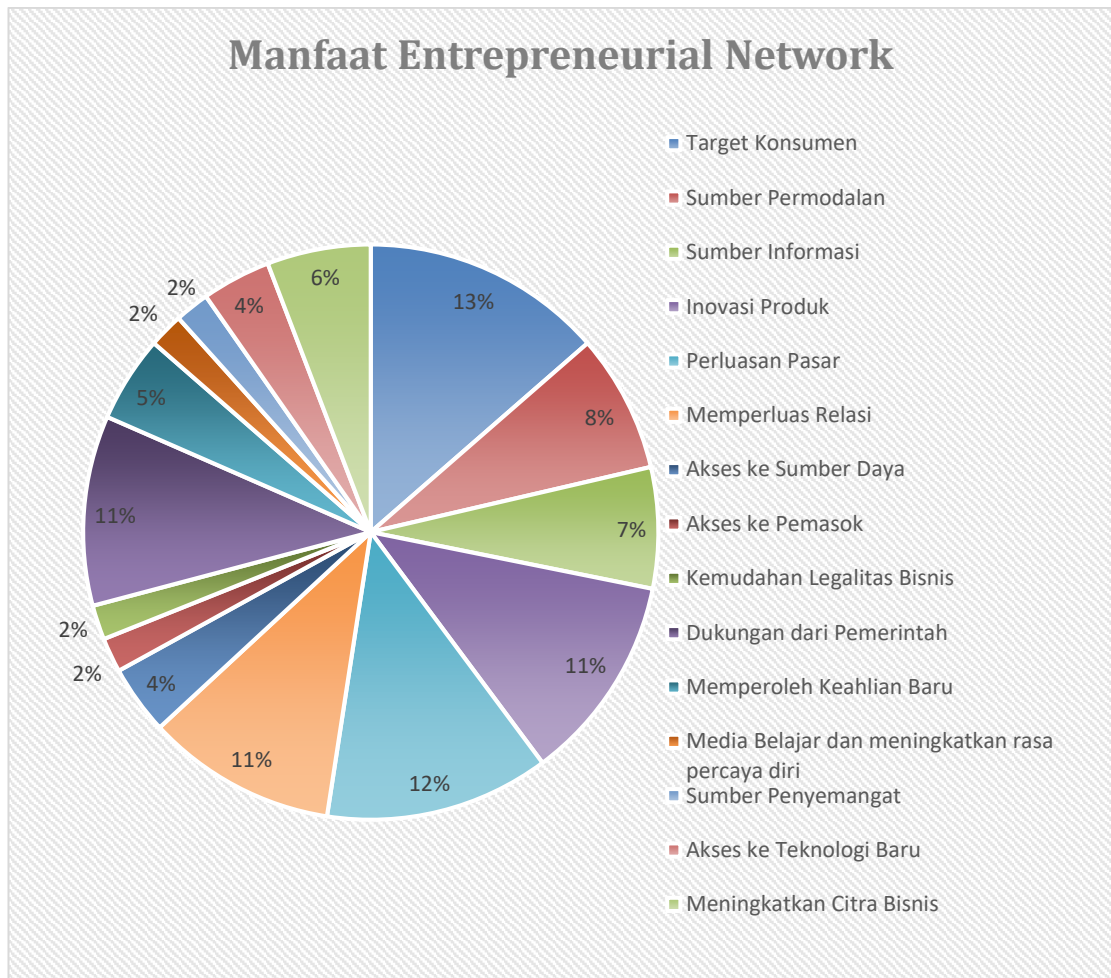
Most valuable types of support that entrepreneurs have received from informal communities



Gambar 1. 6 Diagram Tipe Bantuan yang Berharga yang diterima Wirausahawan dari Komunitas Informal

Sumber: The Economist, 2016

Selama pemilik usaha anggota komunitas Benua Niaga mengembangkan *networknya*, banyak manfaat yang diperoleh yang membantu kinerja bisnis dari pemilik usaha. Manfaat yang paling dirasakan oleh pemilik usaha dari *networking* adalah manfaat non-finansial, seperti bertambahnya target konsumen dan sebagai sumber perluasan pasar. Selain itu manfaat lainnya yang diperoleh dari *networking* adalah sebagai sumber inovasi produk, dapat memperoleh dukungan pemerintah, memperoleh informasi bisnis, kemudahan akses memperluas relasi bisnis, juga mempermudah akses kepada sumber permodalan. Presentasinya seperti pada Gambar 1.7 berikut ini:



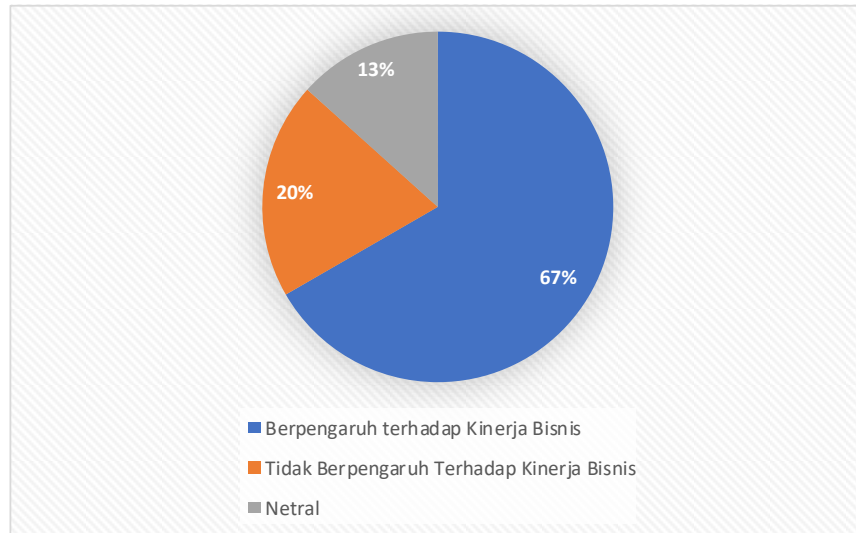
Gambar 1. 7 Diagram Manfaat Entrepreneurial Network

Sumber: data olahan penulis, 2019

Leković & Marić (2015), menyatakan bahwa kinerja perusahaan dapat dievaluasi dengan pendekatan objektif (tradisional, indikator keuangan) dan subyektif (berorientasi pribadi) atau juga bisa dikatakan secara finansial dan non-finansial. Manfaat yang dirasakan oleh pemilik usaha anggota komunitas Benua Citra Niaga terhadap kinerja juga berupa finansial dan non-finansial. Dari segi finansial mereka memperoleh akses baru terhadap sumber permodalan yang mana akan membantu meningkatkan aset perusahaan. Untuk segi non-finansial inovasi produk, sumber informasi, akses terhadap dukungan pemerintah dan pertumbuhan konsumen juga merupakan hasil dari keberhasilan manfaat *network* yang dirasakan terhadap kinerja usahanya.

Dari berbagai manfaat yang diperoleh baik secara finansial maupun non-finansial, sebanyak 67% pemilik usaha merasakan ada pengaruhnya langsung terhadap kinerja bisnisnya, 20% lainnya merasa bahwa manfaat entrepreneurial *network* tidak

berpengaruh terhadap kinerja bisnisnya dan sisanya sebanyak 13% tidak mengetahui secara pasti apakah manfaat dari *entrepreneurial network* tersebut berpengaruh tidaknya terhadap kinerja usahanya seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1. 8 Diagram Manfaat Entrepreneurial Network pada Kinerja Pemilik Usaha

Sumber: data olahan penulis, 2019

Dari pemilik usaha yang merasa bahwa manfaat dari entrepreneurial network ini tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnisnya menyatakan alasan tidak berpengaruhnya itu dikarenakan permasalahan seperti diperolehnya kerugian secara finansial dan terhambatnya usaha dikarenakan akses untuk memperoleh permodalan masih kurang. Banyaknya persyaratan dan regulasi yang harus dipenuhi untuk memperoleh modal baik kepada bank maupun sumber permodalan lainnya menyulitkan pemilik usaha. Hal lainnya yang dirasa pemilik usaha menghambat kinerja bisnis mereka adalah sulitnya memperoleh akses ke jaringan-jaringan lain khususnya kepada jaringan pemasok yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

Didukung data dari *Global Entrepreneurship Monitor: Thailand Report* (2013), menunjukkan alasan “mengapa pengusaha menghentikan bisnisnya di negara-negara ASEAN dan Asia Timur?”, mayoritas terbesar adalah “masalah dalam memperoleh keuangan” dan “bisnis tidak menguntungkan”. Begitupun di Indonesia, presentase terbesar dari kegagalan bisnis adalah masalah finansial dan kerugian yang dihadapi di dalam bisnis. Ketua Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Muliawan D Hadad yang dikutip dari *republika.co.id* (2016) juga menyatakan bahwa “penyaluran modal

untuk UMKM pemula dan pelaku usaha rintisan memang cukup sulit. Keberadaan kredit usaha rakyat (KUR) yang menjadi alat pemerintah untuk mendorong UMKM sulit diberikan secara merata”. (Sutrisno, 2016, republika.co.id, diakses tanggal 25 Maret 2019)

Berdasarkan kuesioner pra penelitian yang disebar terdapat beberapa masalah dalam *entrepreneurial network* yang menghambat kinerja bisnis pemilik usaha. Faktor faktor seperti sulitnya akses ke permodalan, banyaknya syarat dan regulasi untuk akses ke permodalan, serta kesulitan memperoleh akses ke jaringan lainnya seperti pemasok selaras dengan yang dikemukakan oleh Hoang dan Yi (2015) yang menggunakan tiga elemen *network* yang sangat penting, yaitu *network content* (konten jaringan) mengacu pada sifat konten yang dipertukarkan yang terdiri dari sumber daya berwujud (modal) dan tidak berwujud (seperti akses akses mudah ke informasi dan saran, dukungan emosional, sinyal legitimasi), mekanisme *governance* (tata kelola) yang mengatur dan meregulasi pertukaran informasi, serta *network structure* atau struktur jaringan mengacu pada yang lebih luas pola yang dibuat dari hubungan antar aktor yaitu hambatan individu, hambatan organisasi dan hambatan lingkungan.

Hasil survei *Economist Intelligence Unit* secara umum menyatakan bahwa *network* yang aktif tampaknya memiliki dampak positif pada kinerja bisnis mereka. Semakin besar jumlah kegiatan *network* yang dilakukan oleh para pengusaha semakin tinggi peluang mendapatkan hasil positif di dalam hal profitabilitas, pertumbuhan pendapatan, inovasi, kapitalisasi dan bakat (Guerini, 2016, forbes.com, diakses tanggal 20 Maret 2019).

Banyak penelitian (Donckels & Lambrecht 1995; Hansen dan Wernerfelt, 1989 dalam Das & Goswami, 2019) berpendapat bahwa keberhasilan perusahaan kecil bergantung pada orang lain yang dapat memberi mereka dukungan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja mereka. *Network* pendukung memungkinkan pengusaha mengidentifikasi peluang dan sumber daya dengan lebih cepat. Ini membuat *network* sangat berharga bagi perusahaan kecil untuk mengakses sumber daya di pasar.

Memasuki masa bonus demografi di mana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif. Indonesia perlu mengantisipasi kemungkinan meningkatnya pengangguran. Tenaga kerja di sektor non-formal khususnya UMKM merupakan salah satu pendorong perekonomian Indonesia. Untuk memperoleh

keberhasilan usaha *Network* atau jaringan profesional informal dan komunitas sangatlah penting. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH *ENTREPRENEURIAL NETWORK* TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM PADA KOMUNITAS PENGUSAHA BENUA CITRA NIAGA DI KOTA BANDUNG”**.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana *Entrepreneurial Network* pada pelaku usaha UMKM anggota Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung?
2. Bagaimana Kinerja Bisnis UMKM pada pelaku usaha UMKM anggota Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung?
3. Bagaimana Pengaruh *Entrepreneurial Network* terhadap Kinerja Bisnis UMKM pada Komunitas Pengusaha Benua Citra Niaga di Kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi *Entrepreneurial Network* pada pelaku usaha UMKM anggota Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung.
2. Untuk mengidentifikasi Kinerja Bisnis pada pelaku usaha UMKM anggota Komunitas Benua Citra Niaga di Kota Bandung.
3. Untuk identifikasi dan besarnya pengaruh *Entrepreneurial Network* terhadap Kinerja Bisnis UMKM pada Komunitas Pengusaha Benua Citra Niaga di Kota Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

Kegunaan dari aspek teoritis dalam penelitian ini adalah untuk pengaplikasian pengetahuan berdasarkan ilmu dan teori yang diperoleh selama proses perkuliahan dan selama penelitian, sehingga mampu untuk menambah wawasan. Merupakan sumbangan pemikiran dan informasi untuk memperluas kajian ilmu pengetahuan

mengenai kewirausahaan, khususnya *entrepreneurial network* dan kinerja bisnis pada usaha mikro, kecil dan menengah. Dan Beberapa temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti selanjutnya. Hal yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya diantaranya dari segi objek penelitian bukan hanya saja dengan pemillik usaha di sektor UMKM yang tergabung dalam komunitas akan tetapi juga dengan pemilik usaha di sektor UMKM yang tidak tergabung dalam komunitas apapun, karena terdapat kemungkinan tingkat *Entrepreneurial Networknya* akan berbeda.

1.5.2. Aspek Praktis

Kegunaan dalam aspek praktis dari penelitian ini adalah sebagai referensi bagi para pemilik usaha anggota Komunitas Benua Citra Niaga bagaimana cara meningkatkan network, menyusun aktivitas apa saja yang mendukung peningkatan network, dan mengembangkan potensi networking sehingga dapat membantu pengambilan keputusan dalam menyusun strategi bisnis untuk memperoleh kinerja bisnis yang baik. Untuk Komunitas Benua Citra Niaga itu sendiri manfaat yang dapat diperoleh adalah fasilitas dan layanan apa saja yang dapat disediakan untuk mendukung networking para anggota komunitas pengusaha dengan menyusun bentuk-bentuk aktivitas seperti kegiatan pelatihan, seminar, dan penyediaan informasi yang mendukung peningkatan dan pengembangan networking anggota komunitasnya

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran mengenai penulisan laporan penelitian ini, akan dijelaskan model operasional penelitiannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, indentifikasi masalah, tujuan peneltian, dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori yang diperlukan dalam menjelaskan variabel yang diteliti untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka penelitian dan perumusan hipotesis yang meliputi rangkungan teori para ahli, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian sebagai batas penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji realibilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan indentifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam bab ini berisikan karakteristik responden, uji analisis factor, dan pembahasan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil pembahasan, serta saran yang diberikan kepada pihak terkait.