

**PENGARUH INDIVIDU TERHADAP TINGKAT KESUKSESAN BISNIS
(Studi Pada Sneaklin Bandung)**

LAPORAN ILMIAH

Diajukan Sebagai Syarat untuk Melengkapi Penilaian Ujian Tengah Semester Mata Kuliah
Metode Penelitian

Disusun Oleh:
Dwina Aprilla Mahardina
1401140350



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN
INFORMATIKA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2017**

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah	3
1.4 Tujuan Masalah	3
1.5 Kegunaan Penelitian	3
DAFTAR PUSTAKA	4
LAMPIRAN	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Sneaklin adalah nama merek kegiatan usaha yang diambil dari kata “sneakers” dan “clean” yang diharapkan dapat mudah diingat oleh masyarakat. Sneaklin bergerak dalam bidang jasa laundry khusus sepatu pertama di kota Bandung yang didirikan pada tahun 2013, pada saat itu jasa laundry sepatu masih jarang didengar oleh masyarakat karena sangat sedikit bahkan belum ada pemain usaha yang bergerak dibidang jasa khusus mencuci sepatu. Usaha tersebut pertama kali dibentuk karena adanya tugas mata kuliah kewirausahaan dua di salah satu universitas swasta di kota Bandung. Pada awalnya segmentasi Sneaklin hanya menawarkan kepada teman-teman sekitarnya saja sampai akhirnya dari hari ke hari permintaan untuk jasa mencuci sepatu tersebut semakin meningkat hingga segmentasinya meluas, hal tersebut membuat pemilik memutuskan untuk meneruskan dan mengembangkan usahanya.

Pada awal didirikan pemilik masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai cara-cara mencuci sepatu yang benar, namun agar konsumen lebih puas dengan jasa yang diberikan pemilik akhirnya mencari tahu sendiri secara *online* dengan membaca situs-situs yang terkait. Sampai pada akhirnya ditemukan cara dan prosedur yang benar dalam mencuci sepatu sesuai dengan jenisnya sehingga Sneaklin memiliki nilai lebih dalam jasa yang diberikannya. Pada tahun 2013 sepatu jenis *sneakers* sedang banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia khususnya di kota Bandung, bukan hanya dijadikan sebagai sepatu olahraga saja melainkan digunakan untuk aktifitas sehari-hari. Dari fenomena tersebut pemilik melihat peluang dengan membangun *brand image* Sneaklin sebagai laundry sepatu premium yang professional dengan menggunakan metode khusus sesuai dengan jenis sepatunya.

Hasilnya sampai saat ini Sneaklin masih terus melakukan pengembangan dalam usahanya untuk menjangkau lebih banyak pelanggannya, dari yang awalnya hanya mencuci sepatu jenis *sneaker* sampai saat ini dapat mencuci semua jenis sepatu baik sepatu pria maupun wanita. Sneaklin juga memperluas usahanya agar dapat menjangkau seluruh konsumennya dengan membuka cabang di kota-kota besar seperti Jabodetabek, Bali, Palembang dan Balikpapan. Untuk di Bandung sendiri pemilik usaha sudah mempunyai delapan *store* yang tersebar di kota Bandung, dengan jumlah total yang *store* yang dimiliki oleh Sneaklin adalah sebanyak 17 *store*.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di seluruh dunia Usaha Mikro Menengah Keatas (UMKM) dilihat sebagai peran penting dalam pertumbuhan, stabilitas ekonomi, penciptaan lapangan kerja, kohesi sosial dan pengembangan suatu Negara (Morrison et al., 2003; OECD, 2004). Keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh bisnis perekonomian masyarakat, hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus memberi dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintahan. UMKM sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya telah berupaya untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM dengan mengurangi kegagalan (Carter and Van Auken, 2006). Pada saat ini perkembangan UMKM sangat pesat dibandingkan dengan usaha besar, perkembangan UMKM dan usaha besar di Indonesia bisa dilihat pada table 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah UMKM dan usaha besar di Indonesia
Periode 2013-2009

Tahun	Jumlah UMKM	Jumlah Usaha Besar
2009	52.764.750	4.676
2010	54.114.821	5.150
2011	55.206.444	4.952
2012	56.534.592	4.968
2013	57.895.721	5.006

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia(2017)

Dari table 1.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah UMKM di Indonesia selalu mengalami peningkatan dan usaha besar yang berfluktuatif tetapi tidak signifikan perbedaannya dari tahun ke tahun, yakni tahun 2009 sampai 2013 . Dari Data yang diperoleh Kementrian Koperasi UMKM terdapat perbedaan selisih yang signifikan antara peningkatan jumlah pelaku UMKM dan Usaha besar. Hal tersebut karena terus bertambahnya unit-unit usaha kecil dan menengah yang bermunculan tanpa memiliki orientasi untuk maju dan berkembang lebih pesat lagi. Pengalaman di Negara-negara maju menunjukkan bahwa UKM merupakan sumber inovasi produk dan teknologi, pertumbuhan jumlah wirausaha yang kreatif, inovatif, penciptaan tenaga kerja terampil dan fleksibel dalam proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat (Tambunan, 2012).

Kurangnya modal, keterampilan dan masalah-masalah yang terjadi dalam perkembangan bisnis UMKM adalah masalah yang banyak dihadapi oleh usaha kecil menengah di Indonesia (Kemenkop dan UMKM &BPS, 2016). Tidak sedikit pelaku usaha yang mengalami penurunan dalam pemasukan usahanya, bahkan ada beberapa UMKM yang tidak mampu bersaing dengan para pelaku usaha lain sehingga usaha tersebut tidak dapat bertahan. Inovasi dengan mengikuti kebutuhan konsumen adalah faktor yang dapat mendorong suatu usaha dapat diterima masyarakat dengan strategi pemasaran dan kemampuan pemilik dapat menentukan apakah suatu usaha dapat bertahan, berkembang bahkan menjadi lebih besar. Namun dari sekian banyak usaha yang tidak dapat berkembang disisi lain cukup banyak UMKM yang terus berkembang dan dapat bersaing dalam usahanya sehingga para pelaku usaha dapat memperoleh keberhasilan bisnis hingga mencapai kesuksesan. Menurut Nasution (2001:12) kesuksesan bisnis diindikasikan dalam lima hal yaitu jumlah penjualan meningkat, hasil produksi meningkat, keuntungan atau profit bertambah, kepuasan pelanggan, perkembangan dan pertumbuhan usaha. Selain itu kesuksesan juga dapat dicerminkan oleh jiwa usaha yang tinggi yang dimiliki oleh pemilik usaha dengan kemauan yang kuat dalam menjalankan bisnisnya. Wirausahawan dapat menciptakan nilai dengan cara mengubah semua tantangan menjadi peluang melalui ide-ide dan akhirnya dapat menjadi pengendali usaha (Suryana, 2006).

Faktor yang menyebabkan suatu usaha dapat terus berkembang sehingga menjadi sukses tidak terlepas dari dorongan pemilik usaha dan sumber daya yang dimilikinya. Individu atau pemilik usaha adalah orang yang sangat berperan penting dalam membangun pondasi dari suatu usaha, dengan kreatifitas dan ide-ide yang dimilikinya, dapat menentukan bagaimana arah usaha tersebut akan berjalan. Arah pandangan seorang wirausaha harus berorientasi ke masa depan. Prespektif seorang wirausaha akan dapat membuktikan apakah dia berhasil atau tidak (Suryana, 2006). Keberhasilan UMKM dalam meningkatkan usahanya tergantung dari kemampuan wirausaha pemiliknya, hanya para pemilik (*owner*) yang memiliki orientasi kewirausahawan kuat yang mampu membawa peningkatan bagi kegiatan usahanya. Ke tidak mampuan pemilik untuk memelihara kekuatannya dalam menghadapi tantangan justru akan berpengaruh terhadap turunya kinerja dan kegagalan usaha. Oleh sebab itu perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat

menunjang kesuksesan suatu bisnis dilihat dari seberapa sukses kegiatan usahanya dan bagaimana cara pemilik untuk mengarahkan usahanya agar dapat diterima oleh masyarakat.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian dapat diketahui perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah karakteristik pemilik usaha berpengaruh terhadap kesuksesan usaha UKM pada Sneaklin?
- 2) Apakah individu atau pemilik usaha Sneaklin berpengaruh terhadap tingkat kesuksesan bisnis?
- 3) Apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan Sneaklin dalam menjalankan bisnis?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui pengaruh karakteristik pemilik usaha terhadap kesuksesan UKM pada Sneaklin.
- 2) Mengukur tingkat kesuksesan kegiatan usaha merk Sneaklin dilihat dari individu pemilik usaha.
- 3) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kesuksesan dalam menjalankan bisnis.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian mengenai pengaruh individu (*owner*) terhadap tingkat kesuksesan suatu bisnis studi kasus pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Sneaklin diharapkan dapat membantu para pelaku kegiatan usaha lainnya agar dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menunjang keberhasilan dalam suatu bisnis hingga dapat dikatakan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Naution, M.N. (2001). *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suryana, Dr.,M.Si. (2006). *Kewirausahaan : Pedoman Praktis (Kiat dan proses menuju sukses)*, Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, Tulus. (2012). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu Penting*. Jakarta: LPE3S
- Shabir Hyder Robert N. Lussier , (2016). Why businesses succeed or fail: a study on small businesses in Pakistan. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 8, Iss 1, pp.82 -100.
- Departemen Koperasi (2017). Kementrian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah Republik Indonesia. Diakses dari <http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/> pada tanggal 2 Maret 2017.

LAMPIRAN

Tabel 1. Susunan Literatur Studi

No.	Judul	Penulis	Nama Jurnal (berserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variabel dependen Dan Variable independent	Hasil atau jawaban dari penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Small business performance: business, strategy and owner-manager characteristic</i>	Robert A. Blackburn Mark Hart Thomas Wainwright	Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 20 Iss 1 pp. 8 – 27. 2013	Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Usaha Kecil Menengah (UKM) mengenai kinerja dan khususnya, pertumbuhan.	Menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan set data asli dari 360 UKM	Variabel Dependent : <i>Employment Growth</i> Variabel Independent : <i>The Explanatory</i>	Karakteristik pemilik dalam menjalankan usahanya sangat berpengaruh. Tampak bahwa kondisi struktural dalam suatu perusahaan menentukan kerjanya.	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah bidangnya yang mengenai UKM dan menganalisis faktor mengenai kinerja dan khususnya, pertumbuhan.	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti adalah objek yang diteliti.
2.	<i>The condition of smallness: how what it means to be small deters firms from getting bigger</i>	Alistair R. Anderson Farid Ullah	Management Decision, Vol. 52 Iss 2 pp. 326 – 349. 2014	Mengkaji dan menjelaskan mengapa kebanyakan perusahaan kecil tetap kecil. Sebuah kerangka konseptual baru - kondisi paling kecil - diusulkan	Menggunakan metode Kualitatif dengan wawancara yang menanyakan pertanyaan spesifik mengenai regulasi karyawan.	Variabel Dependent :- Variabel Independent :-	Makalah ini memberikan kontribusi dengan menghindari reifikasi struktur perusahaan kecil dan sumber dengan memasukkan peran yang dimainkan oleh interpretasi pemilik perusahaan kecil	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah mencari tahu mengapa usaha kecil tidak dapat berkembang	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti adalah fokus utamanya yang membahas mengenai mengapa usaha kecil tidak dapat berkembang
3.	<i>Why business succssed or fail ; a study on small business in Pakistan</i>	Shabir Hyder Robert N. Lussier	Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, Vol. 8 Iss 1 pp. 82 - 100. 2016	Menguji faktor-faktor yang menjadi kesuksesan dan kegagalan dalam suatu bisnis di Pakistan	Menggunakan kuesioner yang dikumpulkan melalui wawancara pribadi dengan pemilik usaha di Pakistan.	Variabel dependente : <i>Success or failure</i> Variabel Independen : <i>30 articles as Factors contributing to business success versus</i>	Dapat membantu instansi pemerintah tersebut dan lembaga melakukan pekerjaan yang lebih baik, memahami mengapa beberapa bisnis berhasil dan	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah topiknya yang membahas tentang kesuksesan dalam suatu bisnis dan metode yang digunakan adalah wawancara.	Perbedaan dari penelitian yang akan diteliti adalah narasumber yang bukan berasal dari bisnis jasa saja.

						<i>failure</i>	gagal, serta memberikan pengetahuan untuk pelaku usaha yang baru.		
4.	<i>Export success factors of small- and medium-sized firms in Chile</i>	O. Maldifassi José Chacón Caorsi Javier	Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 21 Iss 3 pp. 450 – 469. 2014	mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa membantu membedakan antara sukses dan berhasil perusahaan eksportir kecil dan menengah	Menggunakan kuisioner yang dikumpulkan melalui wawancara dengan total 47 pertanyaan individu menggunakan beberapa skala pengukuran.	Variabel Dependent : <i>Sucess or Failure</i> Variabel Independen : sebagai variabel independen pra-klasifikasi perusahaan baik eksportir sukses, eksportir cukup sukses atau non-sukses eksportir	Hasil penelitian ini bertujuan agar dapat bermanfaat bagi usaha kecil dan perusahaan eksportir menengah di Chile, serta untuk perusahaan-perusahaan di negara-negara berkembang lainnya.	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah mengidentifikasi faktor-faktor apa yang dapat membedakan kesuksesan bisnis UMKM.	Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah tidak fokus terhadap individu atau pemilikinya.
5.	<i>How women and men business owners perceive success</i>	Jodyanne Jane Kirkwood	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 22 Iss 5 pp. -. 2016	Tujuan dari makalah ini adalah untuk menyelidiki sifat faktor keberhasilan diri didefinisikan, dan untuk membandingkan perempuan dan kriteria keberhasilan pria.	Menggunakan metode Kuantitatif dengan mengumpulkan responden dengan memilih peringkat dalam daftar kriteria keberhasilan.	Variabel Dependent :- Variabel Independen :-	Ini adalah kriteria keberhasilan seperti kebebasan, membantu masyarakat, memiliki tantangan, keluar bisnis, memicu ekonomi, memiliki reputasi yang baik dan mendapatkan pengakuan,	Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah mengenai faktor-faktor yang menunjang keberhasilan bisnis.	Perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah ruang lingkup bahasan masalah.