

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro kecil menengah atau yang biasa disebut UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Dalam kehidupan sehari-hari kita banyak menemukan warung makan, toko kelontong, laundry dan lain sebagainya. Bisa dikatakan, sebagian besar usaha tersebut merupakan bagian dari UMKM. Di Indonesia, kelompok UMKM memang cukup mendominasi. Bahkan di tahun 2020, jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai lebih dari 64 juta unit. Untuk mempermudah pengelompokan kriteria, UMKM dibagi menjadi beberapa kriteria berdasarkan aset dan omset. Berikut ini kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disingkat sebagai UMKM adalah kelompok usaha yang dikelola oleh orang atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya ditetapkan berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. Usaha mikro. Suatu usaha dapat dikatakan sebagai usaha mikro jika usaha tersebut memiliki kekayaan bersih (aset) paling tinggi 50 juta dan omset paling banyak 300 juta. Aset

yang diperhitungkan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha kecil. Usaha kecil merupakan kelompok usaha dengan kekayaan bersih setidaknya 50 juta hingga 500 juta serta memiliki nilai penjualan setidaknya 300 juta rupiah hingga 2,5 miliar. Sama halnya dengan usaha mikro, aset yang diperhitungkan tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha menengah. Usaha menengah merupakan kelompok usaha dengan aset mulai 500 juta sampai dengan 10 miliar, serta penjualan 2,5 miliar sampai dengan 50 miliar. Sama dengan kelompok usaha lainnya, aset yang diperhitungkan tidak termasuk tanah dan bangunan.

Demikianlah itu tadi kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008. Dengan adanya pembagian dan payung hukum yang jelas, itu artinya pemerintah sudah mendukung penuh pengembangan UMKM di Indonesia. Harapannya, UMKM dapat terus memperluas usahanya serta memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia.

Di zaman yang berkembang seperti saat ini, kompetisi yang ketat di semua sektor bisnis tidak dapat dihindari, baik dari sektor industri manufaktur maupun jasa dalam skala kecil maupun besar. Dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk mempertahankan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk selalu kreatif dan berinovasi untuk dapat bertahan, sehingga dalam mengembangkan produk, produsen harus menentukan akan dimana mutu dimana mutu tersebut akan menempatkan posisi produk tersebut dipasaran. Kualitas produk yang ditawarkan diharapkan lebih unggul dari produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Persaingan bisnis yang ketat juga terjadi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) baik pada bidang jasa maupun industri. Program pemerintah dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat melalui UMKM (Usaha Mikro Kecil menengah) serta mendorong tumbuh kembangnya UMKM pada masyarakat untuk dapat menciptakan usaha mandiri serta menciptakan lapangan kerja baru, menjadi sebuah motivasi warga Bangko. untuk membuat usaha makanan skala kecil dengan nama UMKM. Kondisi pemasaran produk yang sangat dinamis, membuat para pelaku usaha pasar dan produsen berlomba untuk memenangkan kompetisi yang sangat ketat ini. Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Dalam konsep pemasaran perusahaan harus mampu memahami konsumennya secara keseluruhan agar dapat maju dan berkembang.

Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksploitasi aset-aset mereka demi mamaksimalkan kinerja, Contohnya kuliner makanan mie yang terdiri berbagai jenis diantaranya mie pangsit, mie ayam, mie goreng, roti basah, roti kering, roti goreng, roti tapai dan lain sebagainya. Salah satu kuliner saat ini yang banyak di gemari oleh masyarakat adalah Roti sobek, bomboloni dll. Dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan roti banyak di beli oleh masyarakat. Sehingga menyebabkan banyak yang membuka usaha dengan Roti yang jenisnya sama dengan tampilan berbeda untuk memberikan ciri khas pada produk yang mereka jual untuk menarik konsumen. Dari tahun ke tahun jumlah usaha yang menjual Roti bertambah. Perkembangan usaha kuliner ini tidak lain disebabkan oleh permintaan dari

masyarakat yang semakin beragam. Sehingga banyak usaha yang di tuntut untuk memberikan kualitas Roti yang mereka jual sesuai dengan selera masyarakat dan konsumen akan merasa puas. Kondisi ini memacu para pengusaha kuliner untuk menetapkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya untuk menjaga kelangsungan usaha tersebut sama halnya di kota bangko sebagian pengusaha memberanikan diri untuk membuka usaha roti.

UMKM Roti di kota bangko memproduksi berbagai macam jenis roti dari roti kering hingga basah. Pengusaha roti ini melihat peminat masarakat dari jambi bangko kerinci rata-rata membawa oleh-oleh roti dengan harga terjangkau dan rasanya pun nikmat. Kuailitas produk yang dihasilkan UMKM ini tidak kalah dengan para pengusaha yang ada didaerah Bangko. Diharapkan dengan kualitas produk yang baik maka konsumen akan tumbuh rasa minat belinya, dengan produk yang dihasilkan diharapkan konsumen merasa puas dengan produk UMKM ini. Dengan ketatnya persaingan dibidang roti ini UMKM Roti di kota bangko ini mempunyai beragam kreatifitas dalam mengembangkan produknya.

**Table 1.1**  
**Omset UMKM Roti Kota Bangko**

No	Usaha	Omset	Alamat
1.	Roti Sobek Caesar I	3.000.000/hari	Jl. Jendral Sudirman Km.3 Bangko
2.	Roti Sobek Caesar II	2.500.000/hari	Jl. Kesehatan No.5 Bangko
3	Roti Sobek Caesar III	1.000.000/hari	Jl. Lintas Sumatra Km.2 Bangko
4	Roti Banjar	1.500.000/hari	Jl Jendral Sudirman Km.2 Bangko
5	Royal Bakery	3.500.000/hari	Jl. Lintas Sumatra Km.2 Bangko

6	Roti Donat Madu	1.500.000/hari	Jl. Lintas Sumatra Km.2 Bangko
7	Roti Bakar Arya	1.500.000/hari	Jl. Jendral Sudirman No 3 Bangko
8	Roti dan Martabak Jambi	2.000.000/hari	Jl. Bangko Tinggi Kel/Ds. Pematang Kandis
9	Roti dan Martabak Jambi II	2.000.000/hari	Pasar Bangko Bangko
10	Roti Veloneva	1.000.000/hari	Sungai Kapas Bangko
11	Roti Ayu	1.500.000/hari	Pasar Atas Bangko
12	Diner Bakery	1.000.000/hari	Depan SMA 1 Merangin
13	Resha Bakery	1.000.000/hari	Pasar Atas Bangko
14	Roti Rifaat	1.500.000/hari	Langling Bangko
15	Roti VRAM	1.000.000/hari	Depan STKIP Bangko
16	Roti Popi	1.500.000/hari	Jln. Kungkai
17	Usaha Roti Berkah I	2.000.000/hari	Pasar Bangko Bangko
18	Usaha Roti Berkah II	2.500.000/hari	Jln Lintas Mentawak
19	Roti Gorion	1.500.000/hari	Sei Ulak
20	Roti AA'	2.000.000/hari	Langling Bangko
21	Roti Cinta	1.000.000/hari	Jln Kesehatan No 17
22	Maspur Bakery	2.000.000/hari	Pasar Atas Bangko
23	Winda Bakery	2.000.000/hari	Lorong Pendidikan, Pasat Atas
24	Rasya Bakery	1.000.000/hari	Pasar Atas Bangko
25	Roti Gintaras	2.500.000/hari	Depan STAI Bangko
26	Roti dan Martabak Baru	2.000.000/hari	Pasar Bangko Bangko
27	Roti Pengkolan	1.000.000/hari	Jl. Jendral Sudirman Bangko

28	Roti Fikri	1.500.000/hari	Jln. Kungkai
29	Roti Biranti	3.000.000/hari	Langling Bangko
30	Bikpuju Bakery	2.000.000/hari	Jln Ponpes Al Munawaroh
31	Usaha Roti Sei Mas	1.500.000/hari	Pasar Atas Bangko
32	Roti Alfalama	1.000.000/hari	Jln. Kungkai
33	Roti Berbagi	1.500.000/hari	Jln Lintas Mentawak
34	Roti Sobek Andra	1.500.000/hari	Depan SMP 4 Merangin
35	Roti dan Martabak Bangka I	2.000.000/hari	Pasar Bangko Bangko
36	Roti dan Martabak Bangka II	2.000.000/hari	Jl. Jendral Sudirman Bangko
37	Roti dan Martabak Bangka III	2.500.000/hari	Pasar Atas Bangko
38	Hasya Bakery	1.000.000/hari	Jln Lintas Mentawak
39	Rinda & Son Bakery	1.500.000/hari	Pasar Atas Bangko
40	Roti Gula Manis	2.000.000/hari	Sungai Mas Bangko

*Sumber data diolah : Bangko 2022*

Dari table di atas dapat kita lihat Royal bakery dan Roti sobek caesar Omset penjualannya lebih tinggi dari toko roti lain nya elaborasi dan tempat usaha pada roti sobek caesar dan royal bakery sangat strategis karena berada di tengah kota dan tak lain menarik minat pembeli karna mudah di cari oleh peminat nya,

Keberhasilan usaha dapat dinilai ketika suatu perusahaan berhasil mencapai tujuan atau sasaran yang ditetapkan. Tujuan yang ditetapkan organisasi itu adalah meningkatnya pendapatan, bertambahnya produktivitas, daya saing tinggi serta mempunyai citra yang baik di mata pelanggan. Keberhasilan Usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan (Irawan and Mulyadi, 2016). Dalam

pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan Usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya (Ressa, 2011).

Menurut Kasmir (2016), sebuah perusahaan dikatakan meraih keberhasilan usaha jika dana usahanya bertambah, hasil produksi meningkat, keuntungan bertambah, kepuasan pelanggan, mutu produk, perkembangan Usaha serta penghasilan karyawan dari perusahaan tersebut bertambah. Kepuasan konsumen tidak hanya bisa diraih dengan kualitas produk saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen. Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti lengkapnya produk, kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berfikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat konsumen tertarik (Bitner, 2013).

Menurut Buchari Alma adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang dan menganjurkan konsumen lain agar membeli di toko yang sama. Keuntungan berlipat ganda akan diperoleh perusahaan melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain. kualitas produk (*product quality*) merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan,

dan kemudahan dalam penggunaan. Dengan kualitas yang baik akan memberikan dampak positif terhadap konsumen (Alma, 2018).

Selain kepuasan yang dirasakan dari harapan konsumen, keragaman produk juga merupakan salah satu faktor penting yang menjadikan suatu keberhasilan bagi perusahaan. Dengan produk yang lengkap dalam satu tempat akan memudahkan konsumen dalam membeli kebutuhan yang beragam sehingga lebih banyak menarik konsumen untuk datang ketoko tersebut. Hal ini sangat dianjurkan apabila perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dari pesaingnya. Informasi yang di sampaikan konsumen dari mulut ke mulut dan penyebaran lainnya, tanpa disadari mengandung makna menginformasikan suatu produk atau jasa yang bisa berkonotasi iklan gratis bagi suatu perusahaan. Dampak yang ditimbulkan bisa menjadikan suatu produk atau jasa semakin diminati konsumen baru, tetapi bisa juga berdampak sebaliknya. Oleh karena itu kepuasan pelanggan dalam berwirausaha merupakan acuan utama dalam berbisnis. Dan peneliti juga memilih meneliti UMKM yang terkhususnya bergerak dibidang makanan terkhususnya di kota bangko. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti yaitu PENGARUH MOTIVASI WIRAUSAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA ROTI (STUDY UMKM ROTI KOTA BANGKO).

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh motivasi wirausaha dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada UMKM roti di Kota Bangko secara simultan dan parsial?

2. Faktor mana yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM roti di Kota Bangko?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi wirausaha dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada UMKM roti di Kota Bangko secara simultan dan parsial.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM roti di Kota Bangko.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

1. Manfaat Akademis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang Pengaruh motivasi wirausaha Dan inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Produk UMKM Roti ). Memberikan wawasan tambahan bagi penulis dan melatih diri berfikir secara ilmiah pada bidang Manajemen Kewirausahaan, Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang memfokuskan studi penelitian pada masalah yang sama di masa datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengusaha yang bergerak di bidang roti terhadap Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Produk UMKM Roti).