

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung merupakan Kota dengan pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi di Indonesia. Pertumbuhan penduduk yang terus menerus semakin meningkat mengakibatkan bertambahnya jumlah kebutuhan masyarakat dan masyarakat pun berlomba-lomba untuk saling memenuhi kebutuhannya. Pemerintah Kota Bandung membuat sebuah program untuk membantu mengembangkan sentra industri untuk membantu meningkatkan perekonomian di Kota Bandung, dengan adanya sentra industri ini masyarakat dapat membuka Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran di Kota Bandung.

Dewasa ini, sektor industri disebut-sebut sebagai salah satu penggerak utama dalam pembangunan perekonomian di Indonesia. Jika kita lihat dari pengertian dari sentra industri ini sendiri adalah sekumpulan dari beberapa perusahaan yang memproduksi barang dengan jenis tertentu yang sama di wilayah tertentu. Dan juga salah satu cara untuk dapat meningkatkan sektor perindustrian adalah dengan cara mengembangkan industri kecil. Berdasarkan SK Menteri Negara Koperasi dan UKM No : 32 / Kep / M.KUKM / IV / 2002, mengenai Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Sentra. Sentra di definisikan sebagai pusat kegiatan di kawasan atau lokasi tertentu dimana terdapat usaha yang menggunakan bahan baku ataupun sarana yang serupa yang menghasilkan produk

yang sama atau produk yang sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster.

Industri kecil adalah sebuah bentuk strategi untuk mendukung perkembangan perekonomian di Indonesia. Peranan dari industri kecil ini telah terbukti dapat membantu pemerintah dalam pemerataan dan menekan angka tingkat kemiskinan. Karena dengan banyaknya industri-industri kecil khususnya UMKM yang di bangun oleh masyarakat dan memberdayakan sumber daya lokal maka akan semakin mengurangnya tingkat pengangguran. Industri kecil juga memberi dampak yang sangat positif bagi kesejahteraan masyarakat banyak maupun bagi perekonomian di Indonesia.

Untuk mengetahui pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung
Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077

Sumber : Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung 2014-2017

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, dapat dilihat pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari tahun 2014 hingga tahun 2017 terus menerus mengalami peningkatan. Pada tahun 2014, jumlah UMKM sebanyak 3.948 unit dan hingga tahun 2017 jumlah UMKM bertambah menjadi sebanyak 4.077 unit. Dari hasil

pertumbuhan kenaikan jumlah unit UMKM yang terdapat di Kota Bandung menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat memilih untuk membuka usaha sendiri sebagai salah satu sumber pendapatan mereka. Hal ini pun didorong karena Kota Bandung menjadi salah satu Kota dengan destinasi wisata yang sangat banyak yang menjadikan daya serap produk sangat besar. Tetapi masih banyak UMKM yang belum *Go Online*, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dari 17 juta UMKM yang tersebar hanya 75 ribu UMKM yang sudah memiliki *website* sehingga mereka belum sepenuhnya meraih kesempatan di dunia digital

Menurut Pemerintah Kota Bandung (Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung) menyatakan bahwa terdapat 30 sentra industri di Kota Bandung, akan tetapi hanya ada 7 (tujuh) sentra industri yang berpotensi, diantaranya : Sentra Industri Sepatu Cibaduyut, Sentra Industri Kaos Suci, Sentra Industri Tekstil Cigondewah, Sentra Industri Rajut Cibinong, Sentra Industri Boneka Sukamulya, Sentra Industri Jeans Cihampelas, dan Sentra Industri Tahu Cibuntu.

Tabel 1.2
Sentra Industri di Kota Bandung Tahun 2016

No	Nama - Nama Sentra Industri
1	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2	Sentra Industri Rajut di Margasari
3	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7	Sentra Industri Pakaian Jadi di Cigondewah
8	Sentra Industri Produk Textile di Cigondewah

No	Nama - Nama Sentra Industri
9	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10	Sentra Industri Sablon Kaos di Suci
11	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12	Sentra Industri Ikan Pindang di Cijaura
13	Sentra Industri Opak di Cigondewah
14	Sentra Industri Roti di Kopo
15	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaeur
17	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracondong
23	Sentra Industri Oven di Cimindi
24	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25	Sentra Industri Kasur di Cigondewah
26	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27	Sentra Industri Percetakan di Pagarsih
28	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30	Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

Sumber : Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung 2016

Salah satu sentra industri yang berada diluar potensi tetapi termasuk kedalam Sentra Industri Kreatif Bandung yaitu Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung merupakan salah satu tempat percetakan yang bergerak di bidang jasa di daerah Pagarsih, Bandung. Percetakan Pagarsih di Pasar Ulekan ini melayani

pelayanan khusus jasa percetakan dengan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, memberikan pelayanan khusus seperti pembuatan *souvenir gift card*, cetak undangan pernikahan maupun khinatan, kartu ucapan terimakasih, spanduk, poster, amplop, *flyer*, *hand tag* hingga buku yasin.

Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung memiliki 342 kios atau pengusaha di bidang percetakan. Produk yang dihasilkan pada sentra percetakan ini sangat baik dan diproduksi oleh tangan-tangan yang sangat handal dengan menggunakan alat-alat teknologi informasi dan komunikasi yang membuat proses pembuatan pesanan produk menjadi praktis dan membantu para pengusaha untuk dapat menyelesaikan pesanan dari para konsumen dengan cepat dan tepat waktu sehingga konsumen pun puas dengan hasil yang dikerjakan. Sejak tahun 2012, Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung sudah masuk ke dalam *website* resmi 30 sentra industri di Kota Bandung oleh Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung.

Dalam menjalankan usaha yang bergerak di bidang industri percetakan ini, setiap pengusaha tentunya berusaha untuk memaksimalkan kinerja usahanya guna memperoleh hasil *output* yang maksimal dan juga berkualitas dengan harga yang terjangkau agar dapat menaikkan pendapatan serta laba dalam usaha tersebut. Namun beberapa tahun ini Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung mengalami penurunan kinerja usaha yang disebabkan oleh terjadinya kesalahan dari pengusaha dalam mengerjakan pemesanan, naiknya harga bahan baku yang mengakibatkan terjadinya daya saing antar pengusaha percetakan dan hilangnya konsumen dikarenakan tidak bisa membayar barang yang sudah

dipesan. Dalam proses penjualan juga para konsumen harus melakukan perjanjian yang biasa disebut kontra bon. Perjanjian tersebut berlaku apabila barang datang tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan, pemesan tidak akan membayar ongkos kirim. Selain itu juga jika terdapat barang yang gagal atau biasa disebut *reject* akan dikembalikan.

Dengan adanya laporan Pemerintah Daerah Kota Bandung mengenai adanya kesepakatan perdagangan bebas ASEAN atau yang dikenal sebagai Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) memberikan tuntutan lebih kepada para pelaku UMKM untuk memanfaatkan potensi yang ada agar mampu bersaing dan menjadi usaha yang unggul dengan didukung dengan kinerja usaha yang baik. Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM saat ini adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi *internet*. Namun pada kenyataannya pemilik usaha percetakan di pasar ulekan pagarsih belum memanfaatkan teknologi informasi *internet* khususnya dengan mengadopsi *e-commerce* dengan maksimal. Pemanfaatan teknologi informasi *internet* saat ini yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan *e-commerce* atau yang biasa dikenal dengan transaksi *online*.

Dalam penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuisisioner awal, dimana penyebaran kuisisioner ini mempunyai tujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan antara para pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Hal tersebut dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.3
Data Survei Awal mengenai Adopsi *E-Commerce* pada
Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah anda menerima sebuah ide dan teknologi baru dalam melakukan penjualan?	22 73%	8 27%
2. Apakah anda terpengaruh oleh perusahaan lain untuk mengadopsi <i>e-commerce</i> (berjualan secara <i>online</i>)?	10 33%	20 67%
3. Apakah anda tertarik mengadopsi <i>e-commerce</i> (berjualan secara <i>online</i>) dalam melakukan penjualan?	26 86%	4 14%

Sumber : *Data diolah April 2019*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 73% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka menerima sebuah ide dan teknologi baru dalam melakukan penjualan, dan 27% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tidak mereka menerima sebuah ide dan teknologi baru dalam melakukan penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung mereka menerima sebuah ide dan teknologi baru dalam melakukan penjualan, sehingga menyebabkan terbukanya kesempatan untuk melakukan peningkatan kinerja usaha.

Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Deden selaku pemilik usaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Yang mengatakan bahwa: “Saya harus menerima segala hal yang baru termasuk menerima teknologi yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan usaha saya”.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 33% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa

mereka terpengaruh oleh perusahaan lain untuk mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*), dan 67% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa tidak terpengaruh oleh perusahaan lain untuk mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*). Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengusaha pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung tidak terpengaruh oleh perusahaan lain untuk mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*).

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 86% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tertarik mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*) dalam melakukan penjualan, dan 14% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tidak tertarik mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*) dalam melakukan penjualan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung tertarik mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*) dalam melakukan penjualan.

Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Aan selaku pemilik usaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Yang mengatakan bahwa: “Itu harus dikembangkan pada jaman sekarang, agar dapat bersaing dengan pesaing diluar sana dan tetap memilih membeli di toko saya”.

Menurut *Pinky et al (2015:96)* Salah satu bentuk informasi teknologi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk mengembangkan usahanya adalah dengan

mengadopsi *e-commerce*. Biaya, kecepatan, dan kapasitas penanganan data menentukan keuntungan dari internet dan nilai untuk *e-commerce*.

Selain memanfaatkan teknologi informasi dengan mengadopsi *e-commerce*, para pengusaha untuk meningkatkan kinerja usahanya harus memiliki kemampuan berorientasi pasar, hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja usaha seperti yang dikemukakan oleh *Ni Ketut Pertiwi (2018:1503)* bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Sehubungan dengan hal tersebut, dalam penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuisisioner awal, dimana penyebaran kuisisioner ini mempunyai tujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan antara para pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Hal tersebut dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.4
Data Survei Awal mengenai Orientasi Pasar pada
Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah anda mengukur apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen?	29 96%	1 4%
2. Apakah anda melakukan pengamatan terhadap strategi usaha setiap pesaing dari unit usaha anda?	12 40%	18 60%

Sumber : *Data diolah April 2019*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 96% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka mengukur apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen akan produknya, dan 4% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tidak mengukur apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen akan produknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengusaha percetakan

pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung mengukur apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen akan produknya, sehingga para pengusaha dapat meningkatkan kinerja usahanya dengan di bantu dengan informasi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 40% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka melakukan pengamatan terhadap strategi usaha apa yang dilakukan oleh setiap pesaingnya, dan 60% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tidak melakukan pengamatan terhadap strategi usaha apa yang dilakukan oleh setiap pesaingnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung tidak melakukan pengamatan terhadap strategi usaha apa yang dilakukan oleh setiap pesaingnya.

Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Imam selaku pemilik usaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Yang mengatakan bahwa: “Saya tidak mengamati apa-apa saja yang dilakukan oleh pesaing, saya tidak khawatir dikarenakan saya mempunyai konsumen tetap tersendiri”.

Purwanto Raharjo (2009:192) menjelaskan bahwa dengan menerapkan orientasi pasar, kinerja yang lebih baik akan dapat dicapai. Dengan kata lain, industri ritel yang lebih sering atau telah menerapkan orientasi pasar akan lebih baik dalam menentukan serta memenuhi kebutuhan pelanggan; yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis. Sehubungan dengan hal tersebut, dalam penelitian ini

penulis melakukan penyebaran kuisisioner awal, dimana penyebaran kuisisioner ini mempunyai tujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan antara para pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Hal tersebut dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.5
Data Survei Awal mengenai Kinerja Usaha pada
Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah volume penjualan anda meningkat setiap bulannya?	11 37%	19 63%
2. Apakah anda mengalami pertumbuhan modal setiap tahunnya?	22 73%	8 27%
3. Apakah laba yang diterima oleh anda setiap bulannya meningkat?	15 50%	15 50%

Sumber : *Data diolah April 2019*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 37% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa volume penjualan mereka meningkat setiap bulannya, dan 63% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa volume penjualan mereka tidak meningkat setiap bulannya. Hal tersebut menunjukan bahwa kebanyakan dari para pengusaha ini tidak mengalami peningkatan volume penjualan pada setiap bulannya pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.

Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Raga selaku pemilik usaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Yang mengatakan bahwa: “Tidak setiap waktu penjualan ramai,

tiap bulannya sepi kadang ramai. Penjualan biasanya ramai di *moment* tertentu seperti partai-partai”.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 73% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka mengalami pertumbuhan modal setiap tahunnya, dan 27% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa mereka tidak mengalami pertumbuhan modal setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan dari para pengusaha pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung mengalami pertumbuhan modal setiap tahunnya.

Hal ini didukung oleh wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Dede selaku pemilik usaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung. Yang mengatakan bahwa: “Setiap tahun saya pasti mengeluarkan modal yang bertambah dari tahun-tahun sebelumnya, karena keperluan yang bertambah maupun harga bahan baku yang naik”.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan 30 responden, maka diperoleh hasil 50% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa laba yang didapat oleh mereka setiap bulannya meningkat, dan 50% responden pihak pengusaha percetakan menjawab bahwa laba yang didapat oleh mereka setiap bulannya tidak meningkat. Hal tersebut menunjukkan hasil yang sama dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung bahwa terdapat pengusaha yang mendapatkan laba yang meningkat setiap bulannya dan terdapat juga pengusaha yang tidak mendapatkan laba yang meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, dari banyaknya faktor yang mempengaruhi kinerja usaha, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yaitu dengan mengadopsi *e-commerce* dan juga perusahaan harus memiliki kemampuan berorientasi pasar yang baik.

Penulis beranggapan permasalahan yang dijelaskan diatas penting dan menarik untuk dikaji dan dicari solusi pemecahnya, karena jika kita lihat dari fungsi dan peran dari sektor industri kecil yang sudah cukup banyak membantu dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Akhirnya penulis tertarik untuk mengambil judul dalam penelitian ini yaitu **“PENGARUH ADOPSI *E-COMMERCE* DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA USAHA (Studi Kasus Pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung).”**

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survei dan wawancara awal, penulis menemukan beberapa permasalahan yang terdapat pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung diantaranya yaitu:

1. Dalam pengadopsian *e-commerce*, kebanyakan dari pengusaha pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung tidak terpengaruh oleh perusahaan lain untuk mengadopsi *e-commerce* (berjualan secara *online*).
2. Kebanyakan dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung tidak melakukan pengamatan terhadap strategi usaha apa yang dilakukan oleh setiap pesaingnya, hal ini disebabkan karena mereka sudah mempunyai konsumen tetap.

3. Kebanyakan dari pengusaha percetakan pada Sentra Industri di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung ini tidak mengalami peningkatan volume penjualan, hal tersebut karena tidak setiap bulan penjualan ramai.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang telah dijabarkan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Adopsi *E-Commerce* pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
2. Bagaimana Orientasi Pasar pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
3. Bagaimana Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar secara parsial dan simultan terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data bagaimana Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung dengan teori-teori dan pendapat para ahli yang tersedia.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis katakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui Adopsi *E-Commerce* pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Orientasi Pasar pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan Orientasi Pasar secara parsial dan simultan terhadap terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan di Pasar Ulekan Pagarsih Bandung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi para perusahaan dengan skala kecil maupun besar dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya dengan mengadopsi *e-commerce* akan menambah kinerja usaha dan juga ditunjang dengan pengetahuan kita untuk dapat menguasai pangsa pasar sehingga dapat menjadi perusahaan yang lebih unggul dari perusahaan lainnya.

1.4.2. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat mendapatkan wawasan, ilmu pengetahuan kita semua mengenai bagaimana pengaruh adopsi *e-commerce* dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Penelitian ini dapat

