

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era perdagangan bebas dan pada persaingan global yang semakin ketat dan semakin bersaing, memaksa setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis di dalam dunia pasar yang semakin luas. Dan dengan munculnya persaingan di dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Kondisi persaingan di dunia bisnis saat ini seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman yang semakin berteknologi tinggi, akan semakin banyak yang digunakan dan semakin sulit dalam persaingan.

Dengan adanya persaingan bisnis di Indonesia dan dengan dorongan usaha kecil yang menjadi bagian penting dalam perekonomian nasional, pada sebagian besar adalah Industri Kecil Menengah (IKM) yang ada di Indonesia terdapat di pedesaan atau daerah kabupaten atau kota, hal ini diharapkan dapat menjadi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan adanya IKM dapat mendorong diversifikasi kegiatan ekonomi diluar sektor pertanian yang selama ini merupakan mayoritas kegiatan ekonomi di berbagai daerah wilayah Indonesia.

IKM diharapkan dapat menyerap tenaga kerja dari sektor pertanian dan berbagai wilayah di Indonesia, jika IKM dapat berkembang di tiap daerah

dengan pesat maka produktifitas kegiatan usaha di daerah menjadi meningkat, dan berkurangnya penyebab pengangguran.

IKM di Kota Bandung setiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga dapat menjadi sebuah sektor industri yang meningkatkan perekonomian daerah. Berikut tabel data jumlah IKM di Kota Bandung tahun 2013-2019.

Tabel 1.1
Jumlah IKM Kota Bandung Tahun 2013-2019

Jumlah	TAHUN						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	10.702	10.757	10.901	10.943	11.092	11.124	11.124

Sumber : Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Jawa Barat

Dari data tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah IKM Kota Bandung pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2019 terus mengalami peningkatan. Dari tahun 2013 jumlah nya 10.702 unit pelaku IKM di Kota Bandung, sampai dengan tahun 2019 mencapai angka tertinggi yang berjumlah 11.124 unit pelaku IKM di Kota Bandung.

Kemudian di Kota Bandung terdapat banyak Kabupaten dan Kecamatan, salah satunya yang dilakukan sebagai tempat penelitian adalah Kabupaten Bandung Kecamatan Soreang. Berdasarkan data dari DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BANDUNG tahun 2015 sampai dengan 2019, dari Kabupaten Bandung Kecamatan Soreang jumlah pelaku usaha yang terdaftar di Dinas Perindustrian Dan

Perdagangan Kabupaten Bandung ada 282 pelaku usaha di bidang fashion. Dan berikut terdapat tabel yang menjelaskan jumlah pelaku usaha IKM di Kabupaten Bandung :

Table 1.2
Pertumbuhan Jumlah Pelaku Usaha IKM Yang Terdaftar Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Bandung 2015 – 2019

Tahun	Jumlah Pelaku Usaha
2015	15.003
2016	9.455
2017	10.908
2018	4.888
2019	4.927

Sumber : Data Disperindag Kabupaten Bandung, hasil penelitian penulis 2020

Berdasarkan data tabel 1.2 di atas, dapat dilihat pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 jumlah populasi pelaku usaha di Kabupaten Bandung mengalami peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2015, jumlah populasi pelaku usaha terdapat 15.003 dan mengalami penurunan jumlah pelaku usaha di tahun 2016 menjadi 9.455 sehingga populasi jumlah pelaku usaha di Kabupaten Bandung mengalami penurunan. Dan meningkat lagi pada tahun 2017 terdapat 10.908 jumlah pelaku usaha kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2018 terdapat 4.888 jumlah pelaku usaha dan di tahun 2019 mengalami sedikit peningkatan menjadi 4.927 jumlah pelaku usaha di Kabupaten Bandung. Hal ini menunjukkan semakin dibutuhkannya pengusaha dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yang diperlukan, sehingga

jumlah populasi pelaku usaha IKM di Kabupaten Bandung semakin tahun mengalami peningkatan dan penurunan yang lumayan drastis.

Untuk kemajuan usaha perlu adanya dukungan yang dilakukan agar penggunaan e-commerce dan penggunaan inovasi produk dapat menjadi keunggulan dalam bersaing yang kompetitif. Dan menurut Welly M, Riswan E, dan Andree E (2016), kemajuan teknologi yang tinggi dan cepat dengan tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan.

Dalam meningkatkan persaingan untuk mempertahankan usaha yang dijalankan, perlu adanya persaingan yang unggul dalam membrikan produk yang dijual. Seperti yang dikatakan Mullins, Orville, Larreche dan Boyd dalam Mulyadi (2016), mengatakan tentang keunggulan kompetitif bahwa pelaku usaha ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, pelaku usaha harus mengerti aspek apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk dapat membedakan produk yang dijual pelaku usaha tersebut dengan produk pesaing lainnya.

Produk pesaing yang meningkatkan daya saing usaha perlu adanya beberapa cara yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menggunakan e-commerce untuk mempertahankan kemajuan usaha. Menurut Siti Maryama (2013), mengatakan bahwa dengan memanfaatkan e-commerce dapat meningkatkan daya saing usahanya.

Daya saing usaha yang dijalankan harus bervariasi dan terus melakukan perubahan agar dapat menarik dan dapat terus meningkatkan persaingan. Menurut I Putu Y dan I Wayan S, (2017), inovasi produk merupakan hal yang terpenting dalam dunia usaha seiring dengan meningkatnya persaingan dan tuntutan konsumen.

Sebagai salah satu Kota yang ada di Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung dikenal sebagai ikon Kota Kembang, dan salah satu Kabupaten yang ada di Kota Bandung yang dijadikan tempat penelitian adalah Kabupaten Bandung pada Kecamatan Soreang. Diantara IKM di Kabupaten Bandung, ada berbagai macam bidang IKM, yaitu di bidang makanan, bidang Fashion, bidang Kerajinan, dan pada bidang usaha lainnya. Salah satu jenis yang akan teliti adalah pada bidang fashion. Usaha pada bidang fashion ini merupakan salah satu jenis yang di produksinya seperti pakaian, dan kerudung. Maka dari itu banyak masyarakat Kabupaten Bandung yang membuat jenis pakaian dan jenis kerudung baik dari pesanan konsumen maupun membuat secara berkala.

Dalam usaha nya di bidang fashion, yang membuat pakaian dan membuat kerudung, mereka sebagai pemilik usaha harus bisa bersaing dalam keunggulan yang kompetitif dengan penggunaan e-commerce atau platform aplikasi dan dengan menggunakan atau mengeluarkan inovasi produk. Persaingan pelaku usaha yang ada di IKM semakin ketat di era globalisasi ini, keunggulan kompetif sangat diperlukan untuk perusahaan atau pelaku usaha adalah agar menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya.

Saat ini pada pelaku usaha IKM atau jenis bisnis usaha besar lainnya, penggunaan e-commerce bisa menjadi salah satu syarat bagi sebuah organisasi atau pelaku usaha, agar pelaku usaha bisa menjadi lebih unggul dan dapat bersaing secara global. Pelaku usaha berharap agar dapat menciptakan produk yang berbeda dan inovatif atau perubahan yang telah ada sebelumnya dikembangkan kembali. Juga dalam meningkatkan dan melakukan inovasi produknya maka para pelaku usaha harus terus berkreasi dan inovatif terhadap produknya.

Dalam persaingan di dunia bisnis baik terhadap produk yang dihasilkan, untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif para pelaku usaha IKM di bidang fashion harus melakukan peningkatan dalam penjualan agar dapat bertahan dalam dunia pasar yang luas. Salah satu strategi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif adalah dengan membuat produk yang menarik, berbeda, kreatif, dan modern. Pelaku usaha dapat memanfaatkannya untuk menghadapi kompetitor atau pesaingnya. Menurut yang dikatakan oleh Slamet, Tunjungsari, (2014), keunggulan kompetitif dinyatakan sebagai sekumpulan faktor yang membedakan antara perusahaan kecil dari para pesaingnya dan dapat memberikan posisi yang unik di pasaran luas sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing lainnya.

Untuk dapat berkeunggulan yang kompetitif pada usaha yang dijalankan, maka dapat meningkatkan daya saing pada produk dan dapat menjual ke pasar luas. Maka dengan memajukan usaha dalam meningkatkan

persaingan, masyarakat dapat mengetahui secara luas produk dan bisnis yang dijalankan.

Dalam hal ini penulis akan melakukan penelitian kepada para pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang di Kabupaten Bandung pada bidang fashion agar dapat mengetahui seberapa besar penggunaan e-commerce dalam penjualan produk mereka untuk dapat bersaing secara unggul, dan inovasi apa yang mereka gunakan untuk dapat meningkatkan perkembangan produk sehingga dapat bersaing di pasaran luas, sebagai acuan dari pengalaman yang menjalankan usaha pada pelaku usaha IKM di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung di bidang usaha fashion.

Kemudian sehubungan dengan hal itu, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 20 responden dari pelaku usaha IKM di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung dari keseluruhan 282 pelaku usaha di Kecamatan Soreang yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bandung, kemudian menggunakan rumus slovin yang didapat menjadi 74 pelaku usaha dari 282 pelaku usaha. Berikut ini merupakan tabel survey awal variabel keunggulan kompetitif :

Table 1.3
Survey awal variabel Keunggulan Kompetitif
Pelaku usaha IKM di Kecamatan Soreang Pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah ada perbedaan yang sangat mencolok pada bisnis anda dengan para pesaing lain di bisnis sejenis?	10 33%	10 33%
2.	Apakah produk yang dihasilkan masih dibawah standar kelayakan produk?	1 0,3%	19 63%
3.	Apakah harga yang ditetapkan oleh anda sudah sesuai dengan keinginan konsumen ?	18 60%	2 0,6%
4.	Apakah anda mengetahui tingkat kondisi pertumbuhan pasar ?	14 46%	6 20%

Sumber : Survey awal penulis 2020

Dari hasil survey tentang keunggulan kompetitif yang meneliti pelaku usaha IKM di bidang fashion, dalam mencapai keunggulan yang kompetitif, para pelaku usaha memberikan harga yang bersaing dan dapat diterima oleh keinginan pelanggan, agar pelanggan tidak lari dan berpindah kepada pesaing lainnya. Dan kemudian mengenai standar kelayakan produk yang digunakan oleh pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion, sebanyak 63% responden mengatakan produk yang dijual sudah sesuai dengan standar kelayakan produk, hal ini dikarenakan produk yang mereka jual, layak digunakan dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dan produk mereka kualitasnya terjaga sehingga menjadi standar kelayakan produk yang layak diperjual belikan.

Fenomena yang terjadi dari hasil survey awal pada variabel keunggulan kompetitif adalah walaupun produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kelayakan produk, tetapi tetap dalam penjualannya tidak meningkat

pertahun. Dan walaupun harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan keinginan konsumen, tetapi produk yang dijual belum menjadi kebutuhan yang utama dalam pembelian produk, sehingga masih berkurangnya pendapatan.

Berkurangnya pendapatan dapat dilihat dalam tabel 1.4. Berikut data terkait perkembangan penjualan IKM di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung pada Bidang Fashion dari tahun 2019-2020 yang terdata di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung :

Tabel 1.4
Data terkait perkembangan penjualan IKM di Kecamatan Soreang
pada bidang fashion Kabupaten Bandung 2019-2020

No	Bidang Usaha dan Nama Usaha	Omset Perbulan Sebelum Covid-19 (Tahun 2019)	Omset perbulan pada saat Covid -19 (Februari-Maret)2020	Pengaruh terhadap Pemasaran
1.	Pakaian (busana muslim pesanan) Griya Jahit Weni Kenes	Rp.3.000.000,-	Rp.2.000.000,-	Permintaan menurun
2.	Pakaian (kaos sablon & seragam sekolah) N2hq Konveksi	Rp.4.500.000,-	Rp. 1.500.000,-	Permintaan menurun
3.	Pakaian, kerudung (gamis,koko) Ta'awoon Konveksi	Rp.3.000.000,-	Rp. 200.000,-	Permintaan menurun
4.	Kerudung Merk Pantès	Rp.10.000.000,-	Rp. 5.000.000,-	Permintaan menurun
5.	Pakaian (mukena, baju muslimah)	Rp.5.000.000,-	Rp.500.000,-	Permintaan menurun

	Newlia			
6.	Pakaian (gamis) Hasanah collection	Rp.30.000.000,-	Rp.17.000.000,-	Permintaan menurun
7.	Pakaian dan kerudung D'Riri Hijab	Rp.100.000.000,-	Rp.2.000.000,-	Permintaan menurun
8.	Pakaian (bordir handmade) Batiqunik	Rp.100.000.000,-	Rp.50.000.000,-	Permintaan menurun
9.	Pakaian (topi,kaos, busana) Codent	Rp. 1.500.000,-	Rp.150.000,-	Permintaan menurun
10.	Pakaian (kaos,sweater, kemeja,jaket) Pegasus Digital Creative	Rp. 35.000.000,-	Rp.4.530.000	Permintaan menurun
11.	Pakaian (bahan potensi lokal) It's Blazer Ibum	Rp.30.000.000,-	Rp.10.000.000,- sampai Rp.15.000.000,-	Permintaan menurun
12.	Tas wanita (motif sulam) Marawa handmade	Rp. 800.000.000,-	Rp.120.000.000,-	Permintaan menurun
13.	Pakaian dan kerudung (Legging Wudhu)	Rp.20.000.000,-	Rp.5.000.000,-	Permintaan menurun
14.	Pakaian (pakaian olahraga & kaos polos) Adwina Fashion	Rp.50.000.000,-	Rp.3.000.00,-	Permintaan menurun
15.	Tas wanita Marawa handmade	Rp.800.000.000,-	Rp.75.000.000,-	Permintaan menurun

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bandung 2019-2020

Dari data diatas dapat dilihat bahwa adanya penurunan pendapatan pada para pelaku usaha IKM di Kabupaten Bandung. Dengan menurunnya omset pendapatan penjualan pertahun pada saat menghadapi masalah covid-19 ini.

Keunggulan dengan para pesaing lainnya para pelaku usaha IKM pada bidang fashion di Kabupaten Bandung dalam memanfaatkan e-commerce sebagai upaya meningkatkan bisnisnya atau usahanya, akan lebih efisien terhadap dunia usaha, baik secara materil atau biayanya maupun secara non-materil atau tenaga dan waktu yang digunakan. Karena e-commerce sebagai unsur yang dapat mempengaruhi kesuksesan pelaku usaha di dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat dan modern. Menurut Laudon (2012), mengatakan bahwa e-commerce merupakan kegiatan yang melakukan transaksi bisnis dengan cara online melalui media internet dan terintegrasi dengan internet. Berikut ini merupakan tabel survey awal variabel e-commerce :

Table 1.5
Survey awal variabel E-Commerce
Pelaku usaha IKM di Kecamatan Soreang pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda menggunakan internet atau platform e-commerce untuk proses pembelian produk?	8 27%	12 40%
2.	Apakah anda menggunakan internet atau platform e-commerce untuk proses penjualan produk?	7 23%	13 43%
3.	Apakah anda memiliki fasilitas untuk mempermudah dan sebagai sarana pendukung dalam penjualan produk?	15 50%	5 17%
4.	Apakah anda tahu dengan kesiapan sumber daya manusia yang digunakan?	17 57%	3 10%
5.	Apakah anda sensitive terhadap respon konsumen?	20 67%	0 0%

Sumber : Survey awal penulis 2020

Dari hasil survey awal kepada 20 responden tentang variabel e-commerce pada pelaku usaha IKM bidang fashion yang meneliti pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang yang ada di Kabupaten Bandung, dalam memberikan fasilitas yang diberikan untuk pelanggan, maka dapat menjadikan nilai lebih bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produknya dan dapat memberikan kepuasan dan kemudahan bagi pelanggan. Kemudian sebesar 40% responden menanggapi bahwa dalam penggunaan e-commerce untuk proses pembelian produk atau bahan baku, permasalahan itu timbul karena pelaku usaha tidak menggunakan platform e-commerce sebagai media pembelian produk atau pembelian bahan baku. Penyebab tidak menggunakan e-commerce dalam pembelian produk atau untuk pembelian bahan baku, karena disebabkan para pelaku usaha sudah biasa membeli ke tempat langganan mereka langsung, dan

kurangnya pengetahuan teknologi informasi untuk menggunakan e-commerce. Dalam hal ini menyebabkan kurangnya penggunaan e-commerce untuk proses pembelian produk menjadikan proses pembuatan produk jadi berkurang atau terbatas.

Para pelaku usaha harusnya dapat mengerti apa yang menjadi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin modern ini, dalam penjualan produk, penggunaan e-commerce menjadi hal yang sangat berpengaruh bagi keunggulan dalam berkompetitif. Kemudian 43% responden menjawab kurangnya penggunaan e-commerce dalam penjualan produk. Hal tersebut dikarenakan pelaku usaha kurang mengerti tentang menggunakan teknologi informasi, dan kurang mengerti cara mengambil peluang usaha, yang pada saat kondisi pandemi corona seperti ini harusnya penggunaan e-commerce menjadi peluang besar dalam penjualan produk untuk meningkatkan daya saing. Dengan terjadinya hal tersebut, maka pelaku usaha IKM perlu meningkatkan penggunaan internet untuk penjualannya, agar terbuka pemasaran penjualan yang lebih luas.

Fenomena yang terjadi pada variabel e-commerce adalah kurangnya pengoptimalan penggunaan e-commerce dalam proses pembelian dan proses penjualan produk, yang dengan penggunaan e-commerce seharusnya menjadi peluang dalam mempermudah proses penjualan dan pembelian.

Agar dapat bersaing pada kemajuan teknologi yang semakin luas dan modern pada dunia bisnis apalagi dengan dunia bisnis IKM perlu adanya

perubahan dan pengembangan produk dengan inovasi produk baru yang menarik, juga menggunakan penjualan online agar dapat tetap berjalan dan tetap berkembang dalam usaha yang dijalankan, dan agar dapat bersaing unggul dengan para pesaingnya. Menurut yang dikatakan oleh Sukarmen (2013), mengatakan bahwa inovasi produk adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membuat produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Berikut ini merupakan tabel survey awal variabel inovasi produk :

Table 1.6
Survey awal variabel Inovasi Produk
Pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada Bidang Fashion Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah sudah melakukan produk yang bervariasi ?	6 20%	14 47%
2.	Apakah anda selalu membuat produk dengan desain terbaru?	19 63%	1 0,3%
3.	Apakah produk sudah banyak di pasaran?	18 60%	2 0,7%

Sumber : Survey awal penulis 2020

Dari hasil survey awal tentang inovasi produk yang meneliti pelaku usaha IKM pada bidang fashion, dalam meningkatkan daya saing usaha untuk keunggulan yang kompetitif, pelaku usaha harusnya dapat mengembangkan inovasi pada produk agar selalu mempunyai konsumen baru dan mempunyai keunggulan pada produknya, dengan cara membuat produk dengan desain terbaru. Dapat dilihat bahwa pada pernyataan pertama sebanyak 47% responden mengatakan tidak cukup satu macam produk yang dihasilkan. Hal

ini dikarenakan ingin adanya inovasi pada produk yang lebih banyak, sehingga konsumen tidak bosan dan bisa memesan produk sesuai yang diinginkan. Semakin banyaknya jenis produk yang dihasilkan, maka akan semakin unggul dalam bersaing. Dalam hal itu, disebabkan bahwa perlu banyak jenis macam produk, agar produk dapat bersaing dan perlunya inovasi dan keberagaman pada produk, karena dengan beragam produk dapat meningkatkan produk yang dihasilkan.

Fenomena yang terjadi dari hasil survey awal pada variabel inovasi produk adalah produk sudah banyak dipasaran berarti pelaku usaha tidak benar benar mengeluarkan produk baru pada penjualan produknya.

Dari keseluruhan hasil survey awal diatas terbukti bahwa permasalahan yang terjadi pada data kenyataannya, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih dalam untuk mengetahui apakah penggunaan e-commerce dan inovasi produk dapat berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif yang meneliti pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion.

Dipilihnya pelaku usaha IKM pada bidang fashion ini sebagai objek yang akan diteliti pada penelitian, untuk mengetahui penggunaan e-commerce pada pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang di Kabupaten Bandung pada bidang usaha fashion, dan inovasi produk apa yang digunakan untu meningkatkan keunggulan kompetitif. Semakin banyak pesaing yang menggunakan penjualan produk secara online, apalagi sedang kondisi pandemic corona seperti ini, maka menjadi peluang besar dalam membuka toko online yang

saling bersaing dan agar dapat terus memasarkan produknya dengan masyarakat. Alasan dipilihnya pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung di bidang Fashion ini, karena penjualan mereka yang kurang diketahui oleh banyak orang atau bukan merk brand terkenal, dan kurangnya informasi dari penjualan yang mereka jual, sehingga ingin mengetahui bagaimana mereka bisa tetap bertahan pada usaha yang dijalankan agar terus dapat bersaing dalam persaingan bisnis.

Keuntungannya bagi para pemilik usaha, dengan adanya penggunaan e-commerce maka para pelaku usaha akan tetap bertahan dalam mempertahankan bisnisnya, dan masih tetap bisa untuk melakukan penjualan lewat toko online atau penggunaan e-commerce dan dengan meningkatkan inovasi produknya maka menambah peluang usaha dapat bertahan dan dapat bersaing dengan pesaing secara kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian di atas yang dikemukakan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pengoptimalan penggunaan e-commerce dalam proses pembelian dan proses penjualan produk, yang dengan penggunaan e-

commerce seharusnya menjadi peluang dalam mempermudah proses pembelian dan penjualan.

2. Adanya inovasi produk yang sudah banyak di pasaran berarti pelaku usaha tidak benar-benar mengeluarkan produk baru pada penjualan produknya.
3. Produk yang dihasilkan sesuai standar kelayakan produk, tetapi penjualannya tidak meningkat.
4. Walaupun harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan keinginan konsumen, tetapi produk yang dijual masih kurang permintaan.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian yang penulis kemukakan pada bagian latar belakang tersebut, maka penulis dapat merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai penggunaan E-Commerce pada usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Kompetitif pada usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh penggunaan E-Commerce dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif pada usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai penggunaan E-Commerce pada usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Kompetitif pada pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif pada pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion Kabupaten Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.
 - b. Sebagai acuan dan pertimbangan bagi penelitian yang selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan E-Commerce dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif.
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang di bidang fashion Kabupaten Bandung, diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan dapat diterapkan guna meningkatkan efisiensi dalam penjualan.
 - b. Bagi penulis, diharapkan dapat menerapkan ilmu yang diperoleh penulis dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

1.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha IKM Kecamatan Soreang pada bidang fashion yang ada di Kabupaten Bandung. Ini dipilih menjadi tempat dilaksanakannya penelitian dengan alasan sebagai berikut :

1. Pada masalah yang dialami dunia ini, yaitu adanya wabah virus corona, dengan menjual produknya secara online, untuk kemajuan usaha.
2. Pada bidang fashion pakaian dan kerudung merupakan salah satu untuk memenuhi kebutuhan hidup yang pada jaman sekarang banyak

