

BAB I

LATAR BELAKANG PENELITIAN

1.1 Latar Belakang

Seiring Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Mayoritas wilayah di Indonesia struktur perekonomiannya ditopang oleh UMKM yang menganut sistem ekonomi kerakyatan dan usaha kerakyatan. Jenis usaha ini telah terbukti tahan terhadap segala gangguan, termasuk mampu bertahan pada parahnya krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada era tahun 1998 an. Usaha pada kategori ini memiliki peranan yang sangat penting bagi peningkatan perekonomian masyarakat dan negara. Peranan penting ini terutama ditunjukkan dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, berperan dalam menekan laju urbanisasi dan pemeratan pembangunan ekonomi pedesaan. Sektor UMKM pada kenyataannya mampu menunjukkan kinerja yang lebih tangguh dalam menghadapi masa-masa kritis pada saat terjadinya krisis ekonomi. Tambunan (2009:79)

Usaha Kecil dan Menengah mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik. Kemampuan Usaha Kecil dan Menengah perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami Usaha Kecil dan

Menengah, sehingga mampu memberi kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Rizki Zulfikar (2018:142). Usaha kecil menengah juga mendorong diversifikasi ekonomi sehingga kegiatan ekonomi menjadi beragam sehingga meminimalkan kegagalan ekonomi. Rizki Zulfikar (2020:75)

Perkembangan perekonomian di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Mayoritas wilayah di Indonesia struktur perekonomiannya ditopang oleh UMKM yang menganut sistem ekonomi kerakyatan dan usaha kerakyatan. Jenis usaha ini telah terbukti tahan terhadap segala gangguan, termasuk mampu bertahan pada parahnya krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada era tahun 1998 an. Usaha pada kategori ini memiliki peranan yang sangat penting bagi peningkatan perekonomian masyarakat dan negara. Peranan penting ini terutama ditunjukkan dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, berperan dalam menekan laju urbanisasi dan pemeratan pembangunan ekonomi pedesaan. Sektor UMKM pada kenyataannya mampu menunjukkan kinerja yang lebih tangguh dalam menghadapi masa-masa kritis pada saat terjadinya krisis ekonomi. UMKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar. Mereka juga menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha lainnya, dan mereka juga cukup terdiversifikasi dan memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan (Kanaidi, 2014: 101).

“Industri kreatif ialah salah satu industri yang berfokus pada kreasi dan inovasi. Direktur Neraca Produksi BPS, Setianto mengatakan ada 16 subsektor yang ditetapkan dalam sektor ekonomi kreatif. Subsektor yang dimaksud meliputi aplikasi dan game developer, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. Dan tiga diantara subsektor ekonomi kreatif yang tumbuh pesat yaitu (67,66%), fashion (15,01%), dan kriya (14,56%)”.(Sumber: Badan Pusat Statistik).

Saat ini Usaha di bidang fashion, merupakan pilihan bisnis yang sangat menarik dan menguntungkan, karena merupakan salah satu kebutuhan dasar dari manusia yaitu kebutuhan akan sandang. Semua manusia membutuhkan fashion yang dapat mencerminkan citra dirinya. Karena pada zaman modern ini, kesan pertama itu sangatlah penting . Seorang individu yang memberikan kesan pertama yang baik, akan membuat dirinya diterima , dihargai dan mendapatkan pengakuan dari orang yang berada di sekitarnya.

Kirby dalam Hendro (2011:78) “menyatakan bahwa usaha kecil menengah memiliki beberapa masalah dalam pertumbuhannya yaitu kurangnya nilai-nilai entrepreneur, pembiayaan dan pasar.” Hal tersebut senada dengan Zimmerer (2015:67) dalam Subambang, Darmawan (2016) yang mengatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat bergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri.

Menurut Eddy Soeryanto soegoto (2009:3) dalam Rizki Zulfikiar (2017:36) Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu

mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaanya unggul. Seorang wirausahawan haruslah yang mampu melihat ke depan. Melihat kedepan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternative masalah dan pemecahanya.

Disamping itu kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha Jika kita ingin menjadi seorang wirausahawan yang sukses kita harus memiliki kreativitas dan keberanian untuk mengambil resiko serta tidak bergantung kepada orang lain dan memiliki rasa optimis akan keberhasilan ide-ide yang kita ciptakan.

“Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk berimajinasi dan menghasilkan ide-ide baru dengan mengkombinasikan, mengubah atau menerapkan ide-ide yang sudah ada dengan cara yang belum dipikirkan sebelumnya. Ide-ide kreatif yang kemudian diproses melalui beberapa tahapan sehingga menghasilkan produk atau jasa atau model bisnis disebut inovasi” (Zimmerer, 2015:57) dalam Subambang, Darmawan (2016).

Novita&Nurhasanah (2018) mengatakan bahwa “kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda, Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berpikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah (value added) dan merupakan keunggulan yang berharga. Nilai tambah yang berharga adalah sumber peluang bagi wirausaha”

“Selain Kreativitas Lokasi usaha merupakan salah satu faktor terpenting sebagai tempat penunjang kegiatan suatu usaha, diharapkan bagi pengusaha yang

akan menjalankan aktivitasnya, baik usaha manufaktur maupun usaha jasa harus memperhatikan terlebih dahulu dimana menentukan lokasi kegiatan usaha yang akan beroperasi.” Novita&Nurhasanah (2018)

“Penentuan lokasi usaha sangat penting bagi perusahaan, karena akan mempengaruhi dapat tidaknya keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka Panjang” (Assauri, 2016) dalam Doni Rio (2018) .

Menurut Muhandi (2011) dalam Doni Rio (2018) mengatakan , “Penentuan lokasi hendaknya dilakukan secara berhati-hati dan tidak sembarangan dimanapun berada, akan tetapi lokasi ditentukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang matang, diantaranya untuk alasan kesinambungan dan keberhasilan perusahaan pada masa sekarang dan pada masa mendatang.”

Maka dapat disimpulkan bahwa Ketidaktepatan dalam menentukan pilihan lokasi dapat berakibat kerugian besar bagi perusahaan bahkan kebangkrutan. Pertimbangan mengenai pemilihan lokasi tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan skala besar, namun perusahaan jasa berskala mikro/kecil juga wajib untuk memilih lokasi usaha yang baik agar usaha bisa bertahan dan terus berjalan. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis yang sama, pemilihan lokasi sangat penting karena akan berdampak pada kemampuan bersaing dan juga keuntungan yang akan didapat

“Untuk mencapai suatu keberhasilan usaha dalam berwirausaha dapat dilakukan dengan berbagai cara, mempunyai ide yang kreatif kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu produk yang baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya ide akan menjadi peluang apabila wirausaha

bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus melalui proses menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, mengamati pintu peluang, menganalisis proses secara mendalam, dan memperhitungkan resiko yang mungkin terjadi. Untuk memperoleh peluang wirausaha harus memiliki berbagai kemampuan dan pengetahuan seperti kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa baru, menghasilkan nilai tambah baru, merintis usaha baru, melakukan proses atau teknik baru.” Novita & Nurhasah (2018)

“Suatu Usaha akan berhasil juga jika perusahaan atau usaha memperhatikan lokasi usahanya karena kalau tempat usaha tersebut berada di tempat yang strategis maka akan di pastikan usaha tersebut akan berjalan dengan lancar dan sebaliknya apabila tempat usaha tersebut berada jauh dari konsumen dan tidak terjangkau oleh konsumen maka ada kemungkinan usaha tersebut tidak akan berhasil seperti yang di katakan oleh Hal ini membuktikan bahwa Penempatan lokasi usaha di tempat yang strategis juga mempengaruhi keberhasilan usaha kedepannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberhasilan usaha. Jika salah dalam memilih lokasi kemungkinan usaha tersebut akan sulit untuk berkembang.” Septika (2015) dalam Hari Susanto (2019)

“Di Bandung, Jawa Barat terdapat sebuah Kawasan salah satu pusat perbelanjaan pakaian di Kota Bandung yang terkenal dengan harga bersahabat dan banyak pilihan terdapat di Mal Parahyangan Bandung. Mal ini lebih dikenal dengan nama Plaza Parahyangan. Berada di tengah kota, tepat di sebelah selatan Alun-alun Bandung, dengan diapit oleh Jalan Dewi Sartika dan Jalan Dalem Kaum. Tempat ini memiliki produk pakaian unik yang kini menyatukan sekira

450 distribution store atau distro. Produk-produk yang ada di setiap distro diantaranya kaos distro yang berbeda dengan kaos pada umumnya, karena memiliki desain eksklusif dan terbatas jumlah produksinya. Selain kaos, juga terdapat celana jeans, baju sweater serta berbagai aksesoris khas distro seperti, topi, ikat pinggang, dan aneka pakaian dengan nuansa aliran musik hardcore atau metal. Keberadaan ratusan distro di dalam satu gedung itulah yang membuat Plaza Parahyangan dapat dikatakan sebagai pusat distro terbesar di Kota Bandung bahkan Indonesia. Plaza Parahyangan mampu beradaptasi dengan kebutuhan zaman dan memanfaatkan setiap kesempatan dengan kreatif.”

(<http://info.pikiran-rakyat.com/?q=direktori/mal/kota-bandung/plaza-parahyangan>)

“ Terkait semakin berkembangnya zaman di mana era modernisasi menguasai kehidupan manusia, salah satu distro di Parahyangan yaitu Warmaple mengakui bahwa terjadi penurunan pengunjung yang drastis karena berkembangnya jual beli secara online.” <https://indiemarket.news/apa-kabar-bisnis-distro-parahyangan-di-era-disrupsi/>

Dipilihnya distro parahyangan plaza bandung sebagai objek yang diteliti pada penelitian ini karena Berkembangnya usaha Distro baju semakin meningkat akan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi untuk mendapatkan konsumen/ pelanggan. Khususnya di distro parahyangan plaza ini peningkatan persaingan sangat meningkat ditambah dengan banyaknya penjual-penjual online maka pengunjung menurun drastis dan juga para pelaku parahyangan plaza kebanyakan saling tiru-meniru produk untuk mengembangkan produknya, jadi produk yang mereka jual tidak jauh berbeda dengan produk yang lainnya. Selain

itu hamper semua para pelaku usaha disini menjual produk yang sama. Maka dengan adanya permasalahan tersebut para pemilik usaha harus memiliki ide yang kreatif untuk mengembangkan produknya dan lokasi usaha yang strategis mungkin agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Oleh sebab itu para pelaku usaha harus bisa memperhatikan faktor-faktor tersebut agar bisa mencapai tujuan usaha yang maksimal

Sehubungan dengan hal-hal diatas penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner ke 10 responden para pemilik Usaha di Distro Parahyangan Plaza Bandung:

Tabel 1. 1
Kuisisioner Kreativitas

Pertanyaan	YA		TIDAK	
Apakah anda mempunyai keyakinan bahwa usaha anda dapat berkembang dan berhasil serta diterima oleh konsumen	9	90%	1	10%
Apakah anda mampu beradaptasi dan bekerja dengan efektif dengan situasi apapun	8	80%	2	20%
Apakah anda mampu menciptakan ide-ide untuk produk yang beragam dan menarik yang dihasilkan asli dari pikiran sendiri	4	40%	6	60%

Sumber: Kuisisioner, data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil survey awal tentang Variabel Kreativitas pelaku usaha parahyangan plaza bandung, dapat dilihat bahwa terdapat masalah pada faktor penciptaan ide asli yang dikeluarkan hasil asli dari pikiran sendiri rata-rata pelaku usaha menjawab Tidak sebesar 60%. Karena para pelaku usaha kebanyakan lebih mencari tahu dan meniru produk-produk yang unggul untuk mengembangkan produknya dibandingkan menciptakan ide dari pikiran sendiri. pada survey awal pada variable kreativitas bahwa lemahnya para pelaku usaha dalam menciptakan ide sendiri. Hal ini menjadi faktor yang akan

memperhambat keberhasilan suatu usaha jika tetap dibiarkan. Faktor inilah yang harus dijadikan pembelajaran bagi perusahaan untuk meningkatkan Kreativitas agar dapat meningkatkan usaha lebih maju lagi

Tabel 1. 2
Lokasi Usaha

Pertanyaan	YA		TIDAK	
	Apakah Lokasi Usaha anda dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan sehingga konsumen mudah melihat toko anda	6	60%	4
Apakah Lokasi Usaha anda mendukung produk dan jasa yang ditawarkan	8	80%	2	20%
Apakah anda mempertimbangkan lokasi usaha anda dengan melihat banyaknya para pesaing usaha yang sejenis	3	30%	7	70%

Sumber: Kusioner, data diolah tahun 2020

Masalah survey awal terkait dengan lokasi usaha adalah 70% responden menjawab tidak mempertimbangkan lokasi usaha dengan melihat banyaknya para pesaing usaha yang sejenis masalah ini akan banyak menimbulkan resiko yang diambil Seperti, para pelaku usaha berlomba-lomba merebutkan perhatian konsumen sehingga para pelaku usaha harus mampu menciptakan produk atau jasa yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen atau menarik konsumen, jika pelaku bisnis tidak mampu untuk menciptakan produk atau jasa yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen maka usaha tersebut akan kalah bersaing. Seorang pesaing dapat muncul karena ia menemukan celah untuk masuk, menciptakan produk atau jasa yang lebih unggul dari yang sudah ada sebelumnya dan tentunya lebih memenuhi kebutuhan konsumen. dalam hal berbisnis saat ini konsumen memegang kekuasaan yang cukup tinggi sehingga banyak pelaku bisnis berlomba-lomba untuk tetap menarik perhatian konsumen agar tidak berpaling.

Tabel 1.3
Keberhasilan Usaha

Pertanyaan	YA		TIDAK	
Apakah usaha anda mendapatkan laba yang sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan	9	90%	1	10%
Apakah hasil usaha yang anda tangani selalu memenuhi target yang telah ditetapkan	4	40%	6	60%
Apakah anda mempunyai pengetahuan yang cukup sehingga anda mendapatkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman	4	40%	6	60%

Sumber: Kusioner, data diolah tahun 2020

Berdasarkan survey awal dalam variable Keberhasilan Usaha 60% responden menjawab terdapat masalah hasil pekerjaan yang mereka lakukan tidak memenuhi target dan 60% responden juga menjawab bahwa mereka tidak mempunyai pengetahuan yang cukup sehingga tidak bisa mendapatkan inovasi dengan tuntutan zaman.

1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah penelitian ini diajukan untuk merumuskan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang tercakup dalam penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi factor-faktor yang diindikasikan dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha para pelaku usaha di Parahyangan Plaza Bandung seperti :

1. Banyaknya para pelaku usaha yang tidak bisa menciptakan ide dari diri sendiri untuk menghasilkan produk baru yang belum ada sebelumnya dan bisa digunakan oleh masyarakat. Sebuah bisnis tidak dapat bertahan lama ditengah persaingan jika pelaku usahanya tidak memiliki kreativitas dan inovasi dalam menjalankan bisnisnya. Dan jika pelaku

usaha tidak mempunyai ide yang kreatif maka mereka akan kalah bersaing dan tidak mencapai keberhasilan usaha

2. Banyaknya pelaku usaha tidak mempertimbangkan dan menyesuaikan lokasi usaha dengan melihat banyaknya para pesaing usaha yang menjual produk sejenis sehingga persaingan yang semakin ketat dan mereka berlomba-lomba merebut para perhatian konsumen
3. Para pelaku usaha kurang produktif dalam menjalankan pekerjaannya sehingga pekerjaan yang sudah mereka kerjakan tidak mencapai target yang sesuai
4. Para pelaku usaha kurang memiliki kpengetahuan sehingga tidak bisa menghasilkan inovasi sesuai tuntutan zaman

Dalam uraian latar belakang diatas, maka hal tersebut masih menarik untuk diteliti lebih lanjut. Sehingga diharapkan dapat menjelaskan upaya pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung dalam mengembangkan bisnisnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka penjabaran rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kreativitas pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Lokasi pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung

3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Lokasi usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung baik secara parsial maupun secara simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini di maksudkan untuk memperoleh data-data yang di perlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kreativitas pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Lokasi Usaha pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung
4. Untuk mengetahui besar pengaruh Kreativitas dan Lokasi usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha Parahyangan Plaza Bandung baik secara parsial maupun secara simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai pemenuh syarat dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) dan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan konsep strategi dalam menciptakan Keberhasilan Usaha UMKM khususnya para pelaku usaha distro Parahyangan Plaza Bandung.

b. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini berguna untuk peneliti lain dalam menambah ilmu dan sumber penelitian penyempurnaan yang akan dilaksanakan di masa depan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Parahyangan Plaza Bandung

Diharapkan dapat sebagai sumbangan informasi bagi para pelaku usaha distro Parahyangan Plaza Bandung yang dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan strategi dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha distro Parahyangan Plaza Bandung

b. Bagi Pemerintah

Untuk memberikan kontribusi yang berharga bagi Pemerintah dari segi perekonomian sehingga membantu meningkatkan PDB Indonesia.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data informasi yang berkaitan dengan masalah yang di teliti maka lokasi penelitian penulisan dilakukan di Parahyangan Plaza Bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1. 4
Pelaksanaan Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																												
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus								
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1.	Survey Tempat Penelitian	■	■	■	■																									
2.	Melakukan Penelitian					■	■	■	■																					
3.	Mencari Data						■	■	■	■																				
4.	Membuat Proposal									■	■	■	■																	
5.	Seminar											■	■																	
6.	Revisi													■	■	■	■													
7.	Penelitian Lapangan																	■	■	■	■									
8.	Bimbingan																					■	■	■	■					
9.	Sidang																									■	■	■	■	