

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Sektor industri masih menjadi penggerak perekonomian Indonesia saat ini. Sasaran pembangunan industri yaitu meningkatkan pertumbuhan industri nonmigas sebesar 8,4% pada 2019. Selain itu juga meningkatkan kontribusi dari pengolahan nonmigas terhadap PDB sebesar 19,4%. Dari industri nonmigas diharapkan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja di sektor industri sebesar 17,8 juta orang pada tahun 2019 ([https://www.Kemenperin.go.id/Menanti Kebangkitan Dunia Industri/](https://www.Kemenperin.go.id/Menanti%20Kebangkitan%20Dunia%20Industri/), 3 Juni 2019).

Tenaga kerja yang terserap di industri manufaktur pada tahun 2018 adalah sebesar 18,25 juta tenaga kerja. Angka tersebut naik 17,4 persen dari tahun 2015. Dari 18,25 juta tenaga kerja, industri makanan menyerap tenaga kerja terbesar sampai dengan 26,67 persen.

Pembangunan industri manufaktur diharapkan pemerintah untuk bisa berdaya saing global melalui percepatan industri generasi ke-empat atau 4.0. Hal tersebut menjadi tuntutan strategi pengembangan industri Indonesia untuk memasuki era digital yang sedang berjalan. Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto, industri nasional membutuhkan konektivitas serta interaksi melalui teknologi, informasi dan komunikasi sehingga hal tersebut mencapai efisiensi dan peningkatan kualitas produk ([www.m.detik.com/finance/industri/5](http://www.m.detik.com/finance/industri/5) Sektor Industri Yang Menjadi Fokus Jokowi Di Era Digital, 2019). Penerapan

industri dengan basis 4.0 diharapkan dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan kompetitif.

Untuk mengimplementasikan industri 4.0 Indonesia berfokus kepada lima sektor manufaktur yaitu industri makanan dan minuman, industri tekstil dan pakaian, industri otomotif, industri kimia serta industri elektronik. Kelima sektor tersebut dipilih berdasarkan evaluasi dampak ekonomi dan kriteria kelayakan implementasi yang mencakup PDB, perdagangan, potensi terhadap industri lain, investasi dan kecepatan penetrasi pasar. (Sekretaris Jenderal Kemenperin Achmad Sigit Dwiwahjono, kemenprin.go.id, 8 oktober 2019).

Perusahaan atau usaha industry menurut undang-undang No 3 Tahun 2014 adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industry.

Industri manufaktur dikelompokkan ke dalam 4 golongan berdasarkan banyaknya pekerja yaitu industri besar dengan 100 orang pekerja atau lebih, industri sedang atau menengah dengan jumlah pekerja 20-99 orang pekerja, industri kecil dengan jumlah 5-19 pekerja dan industri mikro dengan jumlah pekerja 1-4 orang pekerja. Pada Tabel 1.1 berikut dapat dilihat mengenai data potensi industri di kota Bandung :

**Tabel 1.1.**  
**Potensi Sektor Industri di Kota Bandung 2015**

Kriteria	Unit Usaha	Tenaga Kerja
Industri Besar	10	857
Industri Menengah	825	23.321
Industri Kecil Formal	2.770	43.692
Industri Kecil Non Formal	12.270	43.326

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, 2015.

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah unit usaha sektor industri di kota Bandung memiliki potensi besar. Sebanyak 10 unit usaha industri dengan skala besar dan 825 unit usaha industri berskala menengah. Jumlah unit usaha terbesar adalah industri kecil non formal. Jumlahnya mencapai 12.270 unit usaha. Total tenaga kerja yang terlibat di seluruh sektor industri di kota Bandung adalah 100.000 tenaga kerja.

Industri manufaktur adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi atau barang setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai.(BPS,2015)

Jumlah perusahaan dan tenaga kerja industri menurut klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia di kota Bandung menurut data tahun 2017 dapat dilihat pada Tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja Industri Besar Menurut Klasifikasi**  
**Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) di Kota Bandung 2014**

<b>KBLI</b>	<b>Unit Usaha</b>	<b>Tenaga Kerja</b>
Industri Makanan dan Minuman	72	7.346
Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	238	45.738
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	31	4.172
Industri Kayu	1	52
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	27	3.445
Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	17	5.767
Industri Barang dari Logam, Komputer dan Elektronik	22	4.806
Industri Mesin dan Perlengkapan	15	640
Industri Furnitur	7	467
Industri Pengolahan lainnya	14	1.196

Sumber : Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Barat, 2014.

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat berdasarkan klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia (KBLI) di kota Bandung, industri tekstil dan pakaian jadi menduduki posisi pertama dalam industri yang paling banyak melibatkan tenaga kerja. Terdapat 45.738 pegawai yang berasal dari 238 unit yang ada.

Banyaknya jumlah unit usaha dan tenaga kerja memerlukan keseriusan dari pihak pengelola usaha untuk bisa memberdayakan dan mengoptimalkan input tenaga kerja sebagai salah satu input sumber daya dalam perusahaan. Pegawai merupakan salah satu aset bagi sebuah usaha. Maju atau mundurnya sebuah

perusahaan sangat tergantung kepada kinerja pegawainya. Menurut Hasibuan (2017: 12), karyawan merupakan kekayaan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi". Lebih jauh lagi karyawan adalah perencana, pelaku, dan selalu berperan aktif dalam setiap aktivitas perusahaan.

Kontribusi sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto (PDB) semakin menggeliat dalam lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Tak hanya itu, sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Serapan tenaga kerja pada sektor UMKM tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir. Dengan banyaknya tenaga kerja yang diserap, Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin) menilai, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam memerangi kemiskinan, dan pengangguran. (beritasatu.com, 22 November 2016). Kemampuan usaha kecil dan menengah perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami setiap UKM sehingga mampu memberi kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Zulfikar dan Novianti, 2018:145).

Di Indonesia, UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, juga memiliki kontribusi yang penting dalam mengatasi masalah pengangguran," ucap Wakil Ketua Umum Kadin Bidang UMKM, Koperasi, dan

Ekonomi Kreatif, Erik Hidayat, Senin (21/11). Di antara UMKM, industri ekonomi kreatif juga tercatat berkontribusi positif dengan pertumbuhan 5,6 persen sejak tahun 2010 hingga 2013. Sumbangsihnya terhadap PDB tercatat mencapai 7,1 persen, serta menyerap 10,7 persen atau sekitar 12 juta total tenaga kerja. (beritasatu.com, 22 November 2016).

Industri ekonomi kreatif ini tumbuh 5,76 persen di tahun lalu atau di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,74 persen, dengan nilai tambah sebesar Rp641,8 triliun atau tujuh persen dari PDB nasional. Pemerintah menargetkan kontribusi PDB Ekonomi Kreatif mencapai 7-7,5 persen hingga tahun 2019. Peningkatan devisa negara ditargetkan tembus 6,5 persen-8 persen sampai 2019. Peningkatan tersebut dapat menjadi motivasi bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif. Adapun, dari 15 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, tiga di antaranya tercatat berkontribusi paling besar terhadap PDB. Yaitu, kuliner sebesar Rp209 triliun atau 32,5 persen, fesyen sebesar Rp182 triliun atau 28,3 persen, dan kerajinan sebesar Rp93 triliun atau 14,4 persen.

Pengembangan industri kuliner, kerajinan, dan *fashion* ini dapat lebih dikolaborasikan dengan pengembangan sektor pariwisata yang sudah menyumbang 10 persen dari total PDB. Ketua Umum Kadin Indonesia Rosan Roeslani menyatakan, kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor Indonesia tahun lalu hanya 15,8 persen. Angka tersebut tertinggal jika dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya. Misalnya, Thailand sebesar 29,5 persen dan Filipina 20 persen. Akses sektor UMUM terhadap rantai nilai pasok produksi

global nyatanya juga minim, yaitu, 0,8 persen. Ini menunjukkan sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki akses dan informasi ke pasar global. Ini merupakan tantangan sekaligus pekerjaan rumah yang harus kami tangani secara bersama. (beritasatu.com, 22 November 2016).

Bisnis UMKM memang memiliki beberapa kelemahan dalam beroperasi. Misalnya saja, kesulitan pemasaran, akses ke sumber pembiayaan yang sangat terbatas, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), kesulitan bahan baku, keterbatasan inovasi dan teknologi. Upaya perbaikan dalam pengembangan UMKM ini seringkali hanya dijadikan komoditas politik meski cukup banyak Kementerian/Lembaga yang memberikan perhatian pada upaya meningkatkan kemampuan UMKM. Sehingga, pengembangan UMKM tidak optimal dilakukan (beritasatu.com, 15 juni 2017)

Pabrik tas dan konveksi tas yang saat ini sudah banyak bermunculan, tentu tidak hadir begitu saja. Ada nilai sejarah yang pernah terjadi, sehingga kemunculannya semakin banyak dan dibutuhkan oleh para pelangganya. Pabrik tas atau konveksi tas merupakan sebuah industri yang memiliki kegiatan untuk mengolah dan memproses suatu barang dengan peralatan khusus untuk menciptakan sesuatu yang berniali jual. Dalam hal ini adalah produksi tas. (taspromosibandung.net, 27 Maret 2018).

Kemunculan pabrik tas di Indonesia ternyata berawal dari masa sejarah tentang revolusi Industri yang terjadi di abad ke-18 hingga awal abad ke-19 lalu. Adanya revolusi (perubahan) ini ternyata berpengaruh terhadap kemajuan Industri

di berbagai Negara, termasuk Indonesia. Selain itu, revolusi industri ini juga berpengaruh terhadap aspek budaya, sosioekonomi dan teknologi.

Adanya revolusi Industri, maka perubahan di berbagai sektor terjadi dan mulai bermunculan industri –industri masa kini, seperti industri otomotif, kelapa sawit, pesawat terbang, industri pakaian dan salah satu lainnya adalah industri tas. Industri tas yang selalu mengikuti perkembangan zaman, memproduksi berbagai tas-tas yang dibutuhkan pelanggan, hingga saat ini. (taspromosibandung.net, 27 Maret 2018).

Tas sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari dunia fashion dan mode. Orang-orang yang hidup di zaman modern seperti sekarang ini, ternyata sangat memperhatikan penampilan mereka. Mereka cenderung selalu ingin tampil elegan, simple dan berkelas. Dengan menggunakan tas yang tepat, mereka semakin tampil percaya diri.

Trend dan mode tas semakin tahun semakin beragam. Khususnya tas wanita yang mengalami perkembangan secara signifikan. Mulai dari tas wanita jenis tas jinjing, tas selempang, tas ransel, tas olahraga hingga tas untuk pergi ke kantor. Hal ini tentunya penting diketahui oleh pabrik tas dan pengrajin tas, agar dapat menciptakan model-model tas baru yang sesuai dengan kriteria tersebut.

Pabrik tas yang mengikuti trend tentunya akan selalu melakukan update setiap kali memproduksi tas. Pelanggan juga bisa berkontribusi, dengan ikut memberikan desain sendiri pada tas yang dipesan, sehingga tas yang diproduksi dan dibuat para pengrajin tas akan memiliki hasil akhir yang sesuai dengan keinginan pelanggannya.



Sentra industri tas Bandung sangat bisa diandalkan bagi konsumen yang sedang membutuhkan tas dengan berbagai jenis. Ibukota Jawa Barat ini memang punya banyak sekali pengusaha konveksi yang menyediakan aneka fashion terbaru. Tak hanya memproduksi pakaian pria dan wanita terbaru, perusahaan konveksi di Bandung juga memproduksi tas dengan harga dan kualitas sangat variatif. Anda bisa mengunjungi beberapa perusahaan konveksi untuk memesan tas sesuai dengan standar Anda. (oscas.co.id, 29 Juni 2019)

Kota Bandung selama ini memang sudah sangat terkenal sebagai kota fashion paling terkenal di Indonesia. Banyak juga orang yang menyebut kota Bandung sebagai kota Fashionnya Indonesia. Sebutan Paris Van Java memang tak terlalu berlebihan untuk kota ini. Selain punya selera fashion yang mirip dengan gaya orang Perancis, Bandung juga sudah sangat terkenal sebagai kota romantis. (oscas.co.id, 29 Juni 2019)

Kota Bandung adalah termasuk sentra tas. Dapat dengan mudah untuk memperoleh informasi pengrajin tas. Sebagian besar pengrajin juga melayani jasa makloon. Tak hanya memproduksi tas biasa, namun banyak pengrajin tas kulit asli yang dapat dipercaya. Produk-produk terbaik dipasarkan di distro-distro yang harganya bisa sampai jutaan rupiah. Beberapa distro asal Bandung juga sangat terkenal di berbagai daerah. (oscas.co.id, 29 Juni 2019)

Leuwi Panjang adalah sebuah daerah di kota Bandung yang cukup strategis. Lokasinya berada di selatan kota Bandung, di Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Situsaeur. Lokasi strategis karena di daerah tersebut terdapat sebuah terminal antar kota dan daerah, sehingga memudahkan orang untuk dapat

berkunjung atau transit. Untuk peluang usaha memberikan prospek yang menjanjikan sehingga di Kecamatan Bojongloa Kidul khususnya di Kelurahan Situsaeur terdapat banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Mengah). Berikut data UMKM yang terdapat di Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Situsaeur.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Perusahaan dan Tenaga Kerja UMKM di Kecamatan Bojongloa Kidul Kelurahan Situsaeur Bandung 2020**

UMKM	Unit Usaha	Tenaga Kerja
UMKM Makanan dan Minuman	68	160
UMKM Pakaian Jadi	17	43
UMKM Konveksi, Barang dari Kulit, Alas Kaki dan Tas	117	328
UMKM Percetakan	37	96
UMKM lainnya	9	27

Sumber : Data UMKM Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung, 2020.

Dari Tabel 1.3 diatas dapat dilihat UMKM yang berada di kecamatan Bojongloa Kidul kota Bandung. Jumlah UMKM terbesar adalah UMKM yang bergerak di bidang konveksi, barang jadi dari kulit, alas kaki (sepatu) dan tas. UMKM tersebut berjumlah 117 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 328 pekerja. Daerah Leuwipanjang cukup terkenal dengan sentra tas. Banyaknya pengusaha dan pengrajin tas yang ada di daerah Leuwi Panjang menjadikan daerah ini terkenal dengan sentra tas nya. Berikut adalah penyusutan perusahaan tas yang ada di sentra tas Leuwi Panjang:

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Pengusaha Tas Leuwipanjang Kota Bandung tahun 2017-2019**

TAHUN	JUMLAH PENGUSAHA	PERTUMBUHAN
2017	30	-
2018	25	16,67%
2019	28	12,00%

Sumber: Data UMKM Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung, 2020

Dilihat dari tabel 1.4 pada tahun 2017 sampai dengan 2019 terjadi penurunan jumlah pengusaha tas Leuwi Panjang karena tidak mampu bertahan akibat biaya produksi yang tinggi sehingga tidak mampu bersaing dengan harga produk yang murah, selain itu juga ingin menghindari kerugian yang terlalu besar sehingga lebih memilih makloon dari orang lain. Berikut adalah perusahaan tas yang ada di sentra tas Leuwi Panjang:

**Tabel 1.5**  
**Perusahaan Tas di Leuwi Panjang Kota Bandung**

Sentra Tas (umkm)	Lama Usaha
Demsare Sinar Jaya	10 tahun
Jojo S.	10 tahun
Januardi	10 tahun
Zira	10 tahun
Lavica	10 tahun
Wildan	10 tahun
Adang	5 tahun
Martin	15 tahun
Bejo	10 tahun
H. Popon	10 tahun
Asep Soni	10 tahun
Saepudin	10 tahun
Asep Saepuloh	5 tahun
Samsudin	15 tahun
Harun	10 tahun
Tatang	5 tahun

Eno Taryono	15 tahun
Nining Endang	5 tahun
Maman Warman	10 tahun
Zulkifli	10 tahun
Asep Suryana	5 tahun
Rohaeni	15 tahun
Iwan Koswara	10 tahun
Hery Ramdhan	10 tahun
Yuli Wiarsih	5 tahun
Nana Rohana	15 tahun
Hendrayana	10 tahun
Jamal Harahap	10 tahun

Sumber : Data UMKM Kecamatan Bojongloa Kidul Kota Bandung, 2020.

Dari data pada Tabel 1.5 dapat dilihat perusahaan dan pengrajin tas di daerah Leuwi Panjang. Dari lamanya usaha, dapat dilihat, bahwa tidak mudah untuk bisa bertahan dengan iklim usaha pada saat ini. Dibutuhkan sumber daya yang dapat menunjang terhadap keberhasilan usaha. Berikut adalah data hasil produksi dari perusahaan tas tersebut:

**Tabel 1.6**

**Data Hasil produksi Perusahaan Tas di Leuwi Panjang Kota Bandung**

No	Sentra Tas	Penjualan (lusin)					
		Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November
1	Demsare Sinar Jaya	4000	4000	4300	5000	4500	3500
2	Jojo S.	800	750	600	700	650	500
3	Januardi	700	500	600	800	550	400
4	Zira	240	150	200	250	100	100
5	Lavica	450	400	300	250	150	250
6	Wildan	80	65	70	75	70	65
7	Adang	70	55	70	85	60	75
8	Martin	40	30	50	40	38	10
9	Bejo	50	60	40	30	30	20

10	H. Popon	35	35	40	35	30	30
11	Asep Soni	50	60	50	40	38	35
12	Saepudin	100	95	80	85	70	70
13	Asep Saepuloh	30	35	50	40	30	30
14	Samsudin	95	90	100	80	80	80
15	Harun	40	35	30	40	25	30
16	Tatang	35	30	50	30	30	35
17	Eno Taryono	30	35	20	30	25	20
18	Nining Endang	60	40	50	30	25	25
19	Maman Warman	40	50	30	40	30	30
20	Zulkifli	150	150	170	100	100	150
21	Asep Suryana	30	40	60	40	40	35
22	Rohaeni	30	30	30	45	20	20
23	Iwan Koswara	100	95	120	100	90	90
24	Hery Ramdhan	30	50	30	35	30	35
25	Yuli Wiarsih	20	30	35	35	30	20
26	Nana Rohana	120	130	150	85	90	900
27	Hendrayana	35	30	20	40	25	30
28	Jamal Harahap	70	70	85	60	75	75

Sumber : Hasil wawancara , 2020

Dari Tabel 1.6 dapat dilihat data penjualan selama bulan Juni sampai dengan November 2019 dari setiap perusahaan tas di Leuwi Panjang kota Bandung. Ada kecenderungan penurunan hasil produksi dan omset dari setiap

perusahaan tersebut. Menurut Suyanto (2010:179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Peneliti melakukan survey awal pada saat pra penelitian. Survey awal dilakukan dengan cara wawancara dan membagikan kuesioner pra penelitian. Hasil survey awal dapat dilihat pada Tabel 1.7 sampai dengan Tabel 1.9.

**Tabel 1.7**  
**Survey awal Karakteristik Kewirausahaan Di Sentra Industri Tas Leuwi Panjang**

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda memiliki kepercayaan diri dalam berwirausaha	20	70%	8	30%
2	Apakah anda selalu berorientasi pada laba dalam berwirausaha?	20	70%	8	30%
3	Apakah anda selalu berani dalam pengambilan resiko dalam menjalankan usaha?	12	42%	16	58%
4	Apakah anda memiliki jiwa kepemimpinan dalam berwirausaha ?	14	50%	14	50%
5	Apakah anda selalu menciptakan keorsinilan dalam membuat produk	8	30%	20	70%

Sumber : Hasil survey awal , 2020

Pada Tabel 1.7 dapat dilihat hasil survey awal mengenai karakteristik kewirausahaan dari para pengusaha tas sentra industry tas Leuwi Panjang. Para pengusaha tas memiliki kepercayaan diri dalam berusaha sebanyak 70%

sedangkan sisanya 30% tidak memiliki kepercayaan diri dalam berwirausaha. Para pelaku usaha berorientasi pada laba sebanyak 70% dan sisanya 30% tidak selalu berorientasi pada laba. Dalam hal keberanian menanggung resiko, hanya 42% yang menjawab berani dalam mengambil resiko menjalankan usaha dan 58% menjawab tidak berani dalam menanggung resiko. Hal ini menunjukkan masih rendahnya para pengusaha tas dalam *take a risk*.

Dalam hal jiwa kepemimpinan dalam berwirausaha, responden menjawab ya adalah 50% dan sisanya menjawab tidak 50%. Kemudian para pengusaha tas yang bisa menciptakan keorsinilan dalam membuat produk yang menjawab hanya 30% dan sebagian besar yaitu 70% menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan masih lemahnya jiwa karakteristik kewirausahaan yang dikenal kreatif dan inovatif.

**Tabel 1.8**

**Survey awal *E-Commerce* Di Sentra Industri Tas Leuwi Panjang**

No	Pertanyaan	Ya	Presentasi	Tidak	Presentasi
1	Apakah anda memanfaatkan internet dalam menjalankan usaha?	8	30%	20	70%
2	Apakah anda selalu mengakses internet setiap hari untuk mengupdate postingan ataupun membalas komentar customer?	9	33%	19	67%
3	Apakah kemudahan informasi selalu didapatkan dengan menggunakan e-Commerce	8	30%	20	70%
4	Apakah anda memiliki tanggung jawab mengelola usaha?	20	70%	8	30%

Sumber : Hasil survey awal , 2020

Pada Tabel 1.8 dapat dilihat hasil survey awal mengenai pemanfaatan E-Commerce oleh para pengusaha sentra industry tas Leuwi Panjang. Hasil survey awal menunjukkan bahwa hanya sebanyak 30% pengusaha mengerti dan

memanfaatkan internet dalam aktivitas jual belinya. Sisanya 70% menjawab tidak mengerti mengenai pemanfaatan internet dalam jual beli. Demikian juga dengan mengakses internet setiap hari dan meng update postingan serta membalas komentar konsumen masih sangat rendah yaitu 33% saja. Hal ini menunjukkan masih rendahnya pemanfaatan E-Commerce untuk aktivitas menjalankan usaha.

Sebanyak 30% para pelaku insdustri menjawab kemudahan informasi selalu didapat dengan menggunakan *E-Commerce* dan 70% menjawab tidak. Dan dalam hal memiliki tanggung jawab mengelola usaha sebanyak 70% pengusaha memiliki tanggung jawab mengelola usaha dan hanya 30% yang menjawab tidak. Menurut Iffan (2018:208) Kewirausahaan saat ini menjadi hal yang sangat krusial dan menjadi bisnis utama dalam persaingan dunia digital sehingga peran e commerce menjadi penting.

**Tabel 1.9**

**Survey awal Keberhasilan Usaha Di Sentra Industri Tas Leuwi Panjang**

No	Pertanyaan	Ya	Presentasi	Tidak	Presentasi
1	Apakah anda memiliki modal sendiri untuk menjalankan usaha?	17	60%	11	40%
2	Apakah pendapatan selalu sesuai target yang ditentukan?	12	42%	16	58%
3	Apakah volume penjualan selalu sesuai target yang ingin dicapai?	19	67%	9	33%
4	Apakah kapasitas produksi sesuai target?	17	60%	11	40%
5	Apakah anda memiliki tenaga kerja handal dalam menjalankan usaha?	17	60%	11	40%

Sumber : Hasil survey awal , 2020



Pada Tabel 1.9 dapat dilihat hasil survey awal mengenai keberhasilan usaha di sentra industry tas Leuwi Panjang. Dalam hal kepemilikan modal umumnya 60% menjawab memiliki modal usaha sendiri. Sisanya 40% mendapatkan modal dari pinjaman dana. Namun pendapatan yang diraih hanya 42% saja yang sesuai dengan target yang telah ditentukan dan sisanya 58% tidak sesuai target. Hal ini menunjukkan keberhasilan usaha di sentra industry tas Leuwipanjang masih rendah.

Untuk volume penjualan yang sesuai target sebenarnya sudah mencapai 67% dari yang ditargetkan. Hanya 33% saja yang volume penjualannya tidak sesuai target. Dan kapasitas produksi sesuai target yang menjawab 60% setuju dan 40% tidak mencapai kapasitas produksi yang diinginkan. Kemudian dalam kepemilikan tenaga kerja yang handal sebagian besar yaitu 60% menjawab setuju dan sisanya 40% tidak memiliki tenaga kerja handal.

Kinerja keuangan dan image perusahaan, keberhasilan usaha menjadi alasan survive atau tidaknya pengusaha tas. Dipengaruhi oleh E Commerce dari para pelaku industri tas tersebut. Rendahnya pemanfaatan E Commerce mempengaruhi keberhasilan usaha dari para pengusaha. Keadaan ekonomi saat ini yang lesu menjadi penyebab dari minimnya E Commerce. Selain motivasi yang rendah, karakteristik dari kewirausahaan akan sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah usaha. Diperlukan jiwa entrepreneur yang tangguh untuk dapat bertahan bahkan memajukan sebuah usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai, **“Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Tas Di Leuwi Panjang”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas yang telah penulis uraikan pada bagian sebelumnya, maka dari itu penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha di Sentra Tas Leuwi panjang masih belum memiliki karakteristik kewirausahaan, sehingga pelaku usaha masih mengalami kesulitan untuk berinovasi atau menciptakan produk unggulan.
2. Pelaku usaha di Sentra Tas Leuwi Panjang masih belum memiliki minat e commerce, sehingga pelaku usaha sulit bersaing dalam penjualan dengan pelaku usaha di sentra lain.
3. Dengan semakin banyaknya pesaing sentra tas di kawasan lain yang menjual produk/jasa yang sama, maka para usahawan mengalami kesulitan dalam persaingan, tentu ini disebabkan oleh sebagian besar usahawan kurang memiliki karakteristik kewirausahaan yang kuat dan masih belum terlalu berminatnya pada penggunaan e commerce sehingga tidak bisa menciptakan ide baru dan inovasi baru dalam produk serta cara promosi yang tepat sasaran dan menarik konsumen dalam kegiatan bisnisnya.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik kewirausahaan pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung.
2. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung.
3. Bagaimana keberhasilan usaha pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh karakteristik kewirausahaan dan e commerce terhadap keberhasilan usaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini yaitu untuk mengetahui serta menganalisis apa saja yang berkaitan dengan permasalahan mengenai Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan E Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Tas di Leuwi Panjang Bandung.

#### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah untuk menganalisa dan mengetahui :

1. Karakteristik kewirausahaan pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung .

2. Pemanfaatan *E-Commerce* pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung.
3. Keberhasilan usaha pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung.
4. Pengaruh karakteristik kewirausahaan dan e commerce terhadap keberhasilan usaha pengusaha tas di sentra tas Leuwi Panjang kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis adalah untuk menerapkan ilmu dan teori dari pendidikan yang telah ditempuh dan membandingkan apa yang dipelajari secara teori dengan fakta yang ada dilapangan. Selain itu untuk apat melatih berpikir sesuai ciri seorang akademisi yaitu berfikir secara *logically thinking* dan menggunakan *scientific method* sehingga dapat memberi sumbangan pemikiran bagi para akademisi dan semua pihak yang berkepentingan.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis diharapkan dapat memberikan input yang bermanfaat bagi para pelaku bisnis di bidang sentra industri tas Leuwi Panjang kota Bandung sehingga dapat memperkuat karakteristik kewirausahaan dan memanfaatkan *e-commerce* serta para pelaku dapat

terus *survive* mengembangkan bisnis serta meningkatkan keberhasilan usahanya.

## 1.5. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

### 1.5.1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di Sentra Industri Tas di Leuwi Panjang, yang berlokasi di jalan Leuwi Panjang, Kebonlega 2 Situsaur, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung.

**Tabel 1.10**  
**Pelaksanaan Penelitian**

No.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		November				Desember				Januari				Februari				Maret			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survei Tempat Penelitian	■																			
2	Melakukan Penelitian		■																		
3	Mencari Data			■	■																
4	Membuat Proposal				■																
5	Seminar				■																
6	Revisi					■	■	■	■												
7	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan																	■	■	■	■
9	Sidang Akhir																				■