

# **BAB I**

## **PENDAHULAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan globalisasi memunculkan berbagai perubahan pada setiap sektor pada suatu negara. Dari berbagai sektor yang ada, sektor ekonomilah yang menjadi salah satu perhatian utama di mata dunia. Perkembangan globalisasi menyebabkan perubahan pada berbagai aspek seperti perkembangan teknologi yang bertumbuh dengan cepat sehingga membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan perdagangan ke berbagai negara tetangga. Kerja sama ekonomi sudah dilakukan oleh Indonesia dengan bergabung menjadi anggota ASEAN untuk mendukung perkembangan ekonomi Indonesia yang dimana tujuan dibentuknya ialah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pengembangan budaya.

Indonesia juga ikut terlibat dalam program Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Program ini membawa dampak yang positif dan negatif bagi Indonesia. Hal yang positif ditandai dengan masuknya perusahaan-perusahaan asing ke Indonesia, peningkatan ekspor dan impor, perkembangan teknologi yang lebih cepat, serta masuknya tenaga kerja asing. Dampak negatif dari program ini adalah persaingan-persaingan di berbagai sektor yang semakin ketat, perdagangan barang dan jasa yang semakin bebas, serta persaingan tenaga kerja yang meningkat. Dalam persaingan tenaga kerja ini menimbulkan masalah yang sangat rumit dimana semakin banyak

tenaga kerja yang bersaing maka akan semakin sulit untuk mendapatkan pekerjaan karena lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sesuai dengan jumlah angkatan kerja yang ada.

Menurut Biro Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2019 jumlah pengangguran di Indonesia berjumlah 6,82 juta orang. Ini memberikan pelajaran berharga tentang perlunya setiap individu untuk mempunyai motivasi, kepercayaan diri, kreativitas, pengetahuan, dan keahlian untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain.

UMKM merupakan salah satu solusi atas banyaknya pengangguran di Indonesia, karena UMKM dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja dan merupakan bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Menurut Zulminarni (2004) dalam Yun Sprani (2017:232) faktor yang mempengaruhi kewirausahaan, diantaranya yaitu kepribadian dari pelaku usaha, teknologi, pendidikan, dan lingkungan. Ada tiga sektor industri kreatif yang mempunyai potensi usaha paling besar yaitu urutan pertama adalah sektor industri kerajinan, kemudian urutan kedua adalah kuliner dan ketiga adalah fashion. Ketiga industri kreatif tersebut tersebar kedalam tiga skala UMKM yaitu kecil, menengah dan mikro *Rahma Wahdiniwaty, Deden A. Wahab Sya'roni, Eko Budi Setiawan (2019:57).*

Salah satu kota yang sektor UMKM-nya cukup berkembang pesat adalah kota Bandung, Bandung Raya merupakan wilayah metropolitan di provinsi Jawa Barat.

Wilayah Bandung Raya merupakan wilayah yang sangat strategis karena kota Bandung adalah ibukota provinsi Jawa Barat yang berada di tengah-tengah Provinsi Jawa Barat, dan kota atau kabupaten lain mengelilingi kota Bandung. Wilayah Bandung Raya sebagai kota metropolitan yang paling dekat dengan ibukota negara RI yaitu DKI Jakarta. Dengan demikian memudahkan akses menuju wilayah Bandung Raya menjadikan Kota Bandung lebih memungkinkan untuk lebih mengembangkan potensi UMKM nya Rahma Wahdiniwaty (2013). Kota Bandung pada tahun 2018 dalam acara penghargaan *International Council for Small Business (ICSB) City Award 2018* sekaligus Gebyar UMK ke-2 Kota Bandung mendapatkan dua penghargaan yaitu Natamukti dimana penghargaan ini diberikan karena Kota Bandung berhasil dalam memasarkan, meningkatkan kualitas dan juga membangun ekosistem UMKM dan Natamukti Nindya Ganapravara yang diberikan karena kota Bandung berhasil meningkatkan daya saing UMKM secara keseluruhan, baik ditingkat nasional dan juga internasional Dea Andriyawaan (2018). (sumber : Kota Bandung Raih 2 Penghargaan ICSB Award 2018. <https://Bandung.Bisnis.Com/Read/20181115/549/1114879/Kota-Bandung-Raih-2-Penghargaan-Icsb-Award-2018>. Dalam Erna Susilawati, Rahma Wahdiniwaty (2017:41) Persaingan didunia bisnis pada masa sekarang ini semakin ketat dengan banyaknya pesaing bermunculan serta pengaruh era globalisasi. Era globalisasi membuat batas antar negara menjadi seolah tidak ada (borderless) sehingga arus informasi, barang dan jasa dari satu negara ke negara lain berlangsung sangat cepat dan lebih mudah.

Sentra perdagangan dan industri di Kota Bandung merupakan asset potensial dan keberadaannya diyakini bisa menunjang pertumbuhan perekonomian kota dan mengatasi persoalan ketenagakerjaan. Oleh karenanya, sebagai kawasan yang cukup lama dikenal masyarakat baik lokal, regional, bahkan mancanegara, kawasan industri sekaligus kawasan wisata belanja di Kota Bandung ini perlu ditingkatkan.

**Tabel 1.1**  
**Daftar Sentra Industri Tekstil Di Kota Bandung**

No	Nama Sentra	Jumlah Unit Usaha
1	Sentra Rajut Binong Jati	293
2	Sentra Rajut Margasari	13
3	Sentra Kain Cigondewah	313
4	Sentra jean's Cihampelas	59
5	Sentra Kaos Surapati dan PHH Mustofa	409
6	Sentra Pakaian Jadi Cigondewah	43
7	Sentra Pakaian Anak Pagarsih	84
8	Sentra Pakian Bayi Hantap Antapani	23
9	Sentra Tas Lewih Panjang	53
10	Sentra Sepatu Cibaduyut	577
Jumlah		1867

*Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung*

Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung, terletak di Jalan Pagarsih Gang Pesantren kecamatan Bojongloa Kaler, Koata Bandung, Sentra ini menyediakan pakaian anak mulai dari bayi hingga anak umur 2 - 6 tahun. Terdapat kurang lebih 84

unit usaha pengrajin pakaian anak dengan kapasitas produksi per tahunnya sebanyak 552.000 lusin dengan nilai investasi Rp. 1.319 Milyar.

Siklus fashion kini tak lagi berpatokan pada dua atau empat pakem musim. Kini, setiap saat kita bisa mendapat busana mode terbaru keluaran merek papan tengah yang selalu mengadakan sale berkala. Istilahnya adalah fast fashion. Walau memanjakan keinginan kita untuk tampil selalu baru, namun sesungguhnya ada kritik besar terhadap bisnis pakaian jadi ini. Fast fashion berfokus pada kecepatan dan biaya produksi rendah agar bisa menghadirkan koleksi baru yang terinspirasi oleh tampilan catwalk atau gaya selebriti. Siklus mode kini menjadi hanya 6-8 minggu untuk kemudian berganti dengan yang baru Kahfi Dirha Cahya (2018). (sumber: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/01/09/114700620/mode-pakaian-yang-berubah-cepat-dan-dampaknya-bagi-lingkungan?page=all>). Perubahan mode yang cepat ini menguji kepada pelaku industri di bidang pakaian ini untuk selalu berkreasi dan berinovasi dengan produk yang diproduksinya agar dapat bertahan dipasaran.

Melalui karyawan dan perusahaan yang kreatif, perusahaan dapat menciptakan ide-ide cemerlang tentang produk dan jasa yang terbaik. Manusia yang kreatif mempunyai inisiatif yang tinggi dalam merubah suatu kondisi ke arah yang lebih baik dan menguntungkan perusahaan. Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang dan terciptanya daya saing dan

pertumbuhan bagi organisasi sangat dibutuhkan kreativitas. Peran kreativitas sangat besar bagi keberhasilan usaha industri kreatif karena kreativitas merupakan aktivitas individu yang mengarah pada lahirnya inovasi Mulyana dan Sutapa (2015:225).

Kreativitas tidak hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan kerja keras yang disadari. Kegagalan bagi orang yang kreatif hanyalah merupakan variabel pengganggu untuk keberhasilan. Dia akan mencoba lagi, dan mencoba lagi hingga berhasil. Orang yang kreatif menggunakan pengetahuan yang kita semua memilikinya dan membuat lompatan yang memungkinkan, mereka memandang segala sesuatu dengan cara-cara yang baru. Kreativitas memungkinkan penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi, serta dalam semua bidang usaha manusia. Permasalahan yang terjadi

Kreativitas pada pelaku usaha umkm kerap kali mengalami kendala termasuk di sentra pakaian anak pagarsih berdasarkan observasi yang dilakukan produk yang ada pada sentra ini relatif mempunyai model yang sama antara satu pelaku usaha dan yang lainnya selain itu menurut beberapa pelaku usaha yang ada disana mereka kesulitan dalam menciptakan produk yang berbeda dari pesaing, hal ini mungkin bisa jadi disebabkan karena kurangnya pendidikan dan pembinaan. Fenomena ini dukung oleh hasil survey awal sebagai berikut.

**Tabel 1.2**  
**Survey Awal Variabel Kreativitas**

No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Frekwensi	Persentase	Frekwensi	Persentase
1	Apakah anda optimis terhadap kemampuan menciptakan produk baru.	13	43,3%	17	56,1%
2	Apakah anda mempunyai tingkat keingintahuan yang lebih	12	40%	18	60%
3.	Apakah anda bersedia menerima saran atau masukan dari orang lain	19	63,3%	11	36,6%
4	Apakah anda menggunakan imajinasi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan mempunyai nilai.	13	43,3%	17	56,6%
5	Apakah anda mampu menemukan solusi dalam menghadapi masalah	13	43,3%	17	56,6%
6	Apakah anda berani mengambil resiko dan senang terhadap tantangan	16	53,3%	14	46,6%
	<b>Kreativitas</b>		47,75%		52,08%

**Sumber : Hasil olah survey awal**

Berdasarkan hasil survey untuk variabel kreativitas diatas, para pelaku usaha yang optimis terhadap kemampuan menciptakan produk baru sebesar 43,3%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 56,1%. Pertanyaan mengenai pelaku usaha yang mempunyai tingkat keingintahuan lebih sebanyak 40% menjawab ya dan 60% menjawab tidak. para pelaku usaha kurang maksimal dalam menggunakan imajinasinyadilihat dari persentase yang menjawab ya sebanyak 43,3%, para pelaku usaha terkadang sulit dalam menagani masalah yang ada di perusahaan dilihat dari jumlah surver awal yang menjawab tidak sebantak 56,6% dan yang dapat melakukan hal terebut sebanyak 43,3%. Hal ini menunjukkan indikasi kreativitas di sentra

pakaian anak Pagarsih masih kurang dan perlu dikembangkan agar usaha yang dijalankan dapat terus berlangsung dan semakin berkembang.

Efikasi diri merujuk kepada keyakinan atau kepercayaan seseorang bahwa dia memiliki kemampuan, motivasi dan sumber daya untuk menyelesaikan suatu tugas dengan berhasil McShane & Glinow (2004) dalam Muchtar dan Ramadini (2011: 200). Selain itu Chemers et al. (2001) dalam I Made Rustika (2012:18) menemukan bahwa efikasi diri akademik berhubungan dengan prestasi dan penyesuaian diri, (secara langsung memengaruhi prestasi akademis, sedangkan secara tidak langsung memengaruhinya melalui harapan dan persepsi). Diduga bahwa seseorang yang memiliki Efikasi Diri tinggi akan memiliki dorongan kinerja yang lebih baik pada semua bidang pekerjaan, termasuk di dalamnya pilihan karir (intensi) sebagai wirausaha, akan meningkatkan optimisme seseorang untuk selalu berubah lebih baik dan terus berusaha mencapai tujuan tertentu.

Kondisi efikasi diri pada para pelaku usaha sentra pakaian anak Pagarsih masih cenderung kurang karena kurangnya keyakinan diri dalam menjalankan usahanya hal ini disebabkan oleh pendapatan usaha yang tidak stabil dan kerap kali mengalami penurunan sehingga terkadang para pelaku usaha yang tidak yakin dalam menjalankan usahanya.



**Tabel 1.3**  
**Survey Awal Variabel Efeksifikasi Diri**

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda yakin dengan kemampuan yang dimiliki	15	50%	15	50%
2	Apakah anda yakin dapat mengatasi situasi yang sulit pada saat menjalankan bisnis	11	36,6%	19	63,3%
3	Apakah anda yakin dapat mengembangkan usaha ini	14	46,6%	16	53,3%
	Efikasi Diri		44,40%		55,53%

Sumber : Hasil olah survey awal

Berdasarkan hasil survey awal para pelaku usaha di Sentra Pakaian Anak Pagarsih para pelaku usaha yakin dengan kemampuan yang dimiliki tidak terlalu mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha karena persentase dari hasil survey awal yang sama, para pelaku usaha tidak cukup yakin dapat mengatasi situasi yang sulit pada saat menjalankan bisnisnya karena sebesar 36,6% dari 30 pelaku usaha yang menjadi responden menjawab ya dan sebesar 63,3% menjawab tidak. Pertanyaan mengenai keyakinan dalam mengembangkan usaha, pelaku usaha yang menjawab Ya sebanyak 46,6% dari 30 responden dan menjawab tidak sebanyak 55,53%.

Kreativitas dan efikasi diri merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja usaha karena saling berkaitan, dimana penciptaan produk yang baru yang kreatif dapat dapat meningkatkan kinerja usaha mengenai peningkatan penjualan dan produk yang laku dipasaran, penggunaan imajinasi dalam setiap pembuatan produk sangat mempengaruhi kinerja wirausaha. Efikasi diri merupakan faktor penting dalam dalam pengembangan usaha, jika seseorang yakin dia dapat

menjalankan usahanya dengan baik, dapat menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi pada usahanya, dengan demikian hal ini dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Sebagai seorang pengusaha harus memiliki keyakinan yang tinggi terhadap usaha yang di jalankan sehingga dapat tercapai suatu tujuan. Pengusaha Sektor perdagangan fashion yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan pakaian sangat memerlukan upaya ekstra untuk mencapai keberhasilan usaha. Hal ini disebabkan tingginya tingkat persaingan dalam industri tekstil dan juga semakin banyaknya tekstil (termasuk pakaian jadi) yang diimpor dari luar negeri. Oleh karena itu pemilik usaha harus memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk dapat menghasilkan pakaian yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan juga motivasi yang kuat untuk bekerja keras dan bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat dengan meningkatkan kinerja usahanya.

Kinerja usaha pada pelaku UMKM kerap kali belum maksimal termasuk pada pelaku usaha yang ada pada sentra Pakaian anak Pagarsih, hal ini dikarenakan pendapatan yang kerap kali menurun, penjualan yang tidak stabil karena banyaknya pesaing yang sudah memiliki nama dan juga banjirnya produk impor selain itu usaha yang perkembangannya tidak signifikan, hal ini didukung dengan hasil survey awal yang dilakukan pada pelaku usaha yang ada di sentra Pakaian Anak Pagarsih.

**Tabel 1.4**  
**Survey Awal Variabel Kinerja Usaha**

No	Pertanyaan	Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah usaha anda mengalami peningkatan Volume penjualan	13	43,3%	17	56,6%
2	Apakah usaha anda mengalami peningkatan laba	9	30%	21	70%
3	Apakah kualitas barang anda mengalami peningkatan	12	40%	18	60%
4	Apakah usaha anda mengalami peningkatan jumlah pelanggan dan transaksi	11	36,6%	19	63,3%
	Kinerja Usaha		37,48%		62,48%

Sumber : Hasil olah survey awal

Kinerja usaha yang tidak baik dalam suatu perusahaan dapat menghambat perkembangan dari usaha itu. Para pelaku usaha di sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung masih kurang dalam hal kinerja dilihat dari kurangnya peningkatan volume penjualan dimana responden yang menjawab ya hanya sebesar 43,3 % dan yang menjawab tidak lebih tinggi yaitu 56,6%. Peningkatan laba yang tidak terlalu signifikan hanya sebesar 30% dari 32 pelaku usaha yang menjadi responden yang mengalami peningkatan sedangkan 70% pelaku usaha tidak mengalami peningkatan laba. Peningkatan kualitas barang yang masih belum terjadi dimana pelaku usaha yang meningkatkan kualitas produlnya sebanyak 40% dan yang tidak melakukannya sebanyak 60%. Dan tidak adanya peningkatan jumlah pelanggan dan transaksi dilihat hanya sebanyak 36,6% yang mengalami peningkatan dan sisanya tidak.

Rendahnya rasa percaya diri para pengusaha yang diakibatkan oleh semakin banyaknya pesaing dan juga produk impor serta kurangnya kreativitas dalam penciptaan produk baru dan juga sistem kerja yang ada di perusahaan. Kondisi ini menimbulkan permasalahan bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja wirausaha. Oleh karena itu untuk diketahui pengaruh Kreativitas dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Wirausaha, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pentingnya pengaruh kedua variabel tersebut untuk meningkatkan Kinerja Wirausaha guna mencapai tujuan perusahaan dan pengembangan usahanya, maka dalam penyusunan usulan penelitian ini penulis mengambil judul **“PENGARUH KREATIVITAS DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KINERJA WIRAUSAHA (Suatu Survey pada Pelaku Usaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih Di Kota Bandung)”**

## **1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Setelah dilakukan survey awal maka terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha pandai besi sebagai berikut :

1. Dari segi kreativitas, kurangnya kreativitas dalam menciptakan produk dan tidak memahami apa yang menjadi keinginan konsumen dan produk yang tersedia cenderung sama dan kurang bervariasi.
2. Dari segi efikasi diri, Kurangnya kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan dan kurangnya keyakinan diri untuk mengembangkan usaha.

3. Dalam segi kinerja wirausaha, volume penjualan yang kerap kali mengalami penurunan, produk yang dihasilkan masih kurang berkualitas dan kalah saing dengan produk yang sudah lebih dulu dikenal.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari fenomena diatas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kreativitas pelaku usaha pada Sentra Pakaian Anak Pagarsih di kota Bandung
2. Bagaimana efikasi diri pelaku usaha pada Sentra Pakaian Anak Pagarsih di kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan Pelaku Usaha mengenai kinerja wirausaha pada Sentra Pakaian Anak Pagarsih di kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kreativitas dan efikasi diri terhadap kinerja pada Pelaku Uirausaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih di Kota Bandung. baik secara parsial maupun simultan?

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagi berikut:

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dan informasi mengeneai Pengaruh Pengaruh Kreatifitas Dan Efeksifikasi Diri Terhadap Kinerja Wirausaha.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kreativitas pada Pelaku Usaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai efikasi diri pada Pelaku Usaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja wirausaha pada Pelaku Usaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas terhadap kinerja wirausaha pada Pelaku Usaha Sentra Pakaian Anak Pagarsih di Kota Bandung. Baik secara parsial maupun simultan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini baik untuk penulis, pembaca, ataupun pelaku usaha yang bersangkutan. Yang kegunaannya baik kegunaan secara praktis maupun kegunaan secara teoritis.

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

Kegunaan bagi pelaku usaha yang memproduksi baju anak yang berada di sentra Pakaian Anak Kecamatan Pagarsih ini diharapkan dapat berguna bagi usaha home industry usaha mikro kecil dan menengah yang berkaitan dengan kegiatan bisnis sebagai acuan atau menjadi bahan pemikiran dalam meningkatkan kreativitas produk dan efikasi diri sehingga dapat memperbaiki kinerja usaha sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

Dengan adanya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dalam bentuk teoritis yang dapat memberikan informasi ilmiah dalam bidang manajemen khususnya dalam manajemen bisnis dapat menjadi referensi tentang ada atau tidaknya pengaruh kreativitas dan efikasi diri terhadap kinerja wirausaha.

## **1.5 Waktu Dan Lokasi Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat penulis mencari, mendapat dan melaksanakan penelitian secara langsung dengan observasi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menunjang judul yang telah diambil.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil empat penelitian yang berada di Sentra Pakaian Anak Pagarsih Kota Bandung, Gg. Pesantren RW 08 Kel. Jamika, Kota Bandung.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Waktu Penelitian**

No	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		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	Survey Tempat Penelitian	■	■																		
2	Melakukan Penelitian			■																	
3	Mencari Data																				
4	Membuat Proposal				■																
5	Seminar																				
6	Revisi					■	■	■	■												
7	Bimbingan																				
8																					