

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini dalam perekonomian Indonesia UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu kelompok usaha yang jumlahnya sangat besar di Indonesia. Selain itu dalam kelompok usaha ini juga memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, sebab dalam berbagai kondisi guncangan krisis yang terjadi selama ini UMKM cukup terbukti dapat bertahan.

Walaupun memiliki skala bisnis yang tidak cukup besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar tetapi cukup banyak orang yang merasa nyaman dalam melakukan bisnis UMKM. Karena dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pelaku usaha UMKM setiap tahunnya. Dilihat dari meningkatnya penyaluran kredit untuk UMKM yang dicatat oleh Otoritas Jasa Keuangan dan diprediksi akan terus meningkat di akhir tahun 2020. Selain itu kredit akan berpotensi terus meningkat di awal tahun 2021 seiring dengan banyaknya yang membutuhkan modal baru.

Menurut Badan Pusat Statistik, hingga saat ini jumlah data UMKM yang tercatat dan tersebar di seluruh Indonesia yaitu mencapai 65 juta UMKM. Dilihat dari data tahun 2016, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 61,7 juta. Lalu jumlahnya meningkat di tahun 2017, yaitu menjadi 62,9 juta UMKM. Dan di tahun 2018 mencapai 64,2 juta jumlah UMKM di Indonesia. Oleh karena itu diprediksi jumlah UMKM di

Indonesia pada tahun 2019, 2020, dan tahun 2021 akan mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Data tersebut juga dapat dilihat dari nilai kredit Usaha¹ Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami peningkatan di setiap tahunnya periode tahun 2017-2019, seperti yang dijelaskan dalam tabel dibawah ini.

UMKM	Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ¹ pada Bank Umum (Milyar Rupiah)		
	2017	2018	2019
Jenis Penggunaan	882 982	969 972	1 107 240
Lapangan Usaha	882 982	969 972	1 107 240
Skala Usaha	882 982	969 972	1 107 240
Modal Kerja	659 102	728 191	796 926
Perdagangan Besar dan Eceran	462 729	499 248	548 276
Menengah	406 138	435 039	480 477
Kecil	269 162	298 065	343 245
Investasi	223 880	241 781	310 314
Mikro	207 682	236 868	283 518
Industri Pengolahan	93 175	99 028	111 401
Pertanian, Perburuan dan Kehutanan	78 731	89 560	109 544
Konstruksi	55 802	62 521	72 033
Real Estate, Usaha Persewaan, dan Jasa Perusahaan	42 981	48 371	58 428
Jasa Kemasyarakatan, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan lainnya	42 690	46 281	53 399

Badan Pusat Statistik

Catatan: ¹Data mencakup Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Gambar 1.1

Posisi Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)¹ pada Bank Umum (Milyar Rupiah), 2017-2019

Makan data tersebut dapat menjelaskan bahwa peran UMKM bagi perekonomian di indonesia memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam peningkatan perekonomian serta penyerapan tenaga kerja. Menurut data Kementerian Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (KUKM) daya serap terhadap tenaga kerja

UMKM yaitu sebesar 117 juta pekerja yang mana data tersebut merupakan sekitar 97% dari daya serap pekerja dari dunia usaha. Sementara kontribusi terhadap perekonomian nasional (PDB), UMKM menyumbang sebesar 61,1% dan sisanya disumbangkan oleh pelaku usaha besar yaitu sebesar 38,9%.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan provinsi Jawa Barat menempati peringkat kedua dalam jumlah dan jenis UMKM per desa atau kelurahan yaitu dengan total 16.405 UKM. Dimana posisi pertama dipegang oleh industri makanan dan minuman dengan jumlah 4.023 UKM, pada posisi kedua dipegang oleh industri olahan dari kayu yaitu sekitar 3.987 UKM, disusul oleh industri anyaman yaitu sebesar 2.266 UKM, industri gerabah/keramik sebesar 1.828 UKM, selain itu industri konveksi dan tenunan sebesar 1.779 UKM. Maka dilihat dari data tersebut menjelaskan bahwa potensi UKM sangat besar bagi perekonomian masyarakat Indonesia.

Menurut Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengatakan bahwa menurut data saat ini sudah memiliki 300 UMKM yang tersebar Kota Bandung, data tersebut diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Sedangkan menurut data dari diskopumkm.bandung.go.id tercatat 6.140 UMKM yang tercatat hingga saat ini. Maka dilihat dari tingginya jumlah UMKM yang tersebar di Bandung Raya, menilai bahwa peluang dalam pertumbuhan ekonomi Kota Bandung masih cukup besar. Maka peran pemerintah diperlukan dalam hal ini untuk membantu dan mendorong para pelaku UMKM agar dapat memasarkan produknya online, agar produk yang dimiliki oleh para pelaku UMKM dapat lebih dikenal masyarakat luas.

Salah satu industri UMKM yang saat ini mulai cukup banyak diminati yaitu bisnis industri anyaman. Salah satu industri anyaman yang banyak digeluti yaitu anyaman rotan. Karena rotan merupakan bahan alami, yang memiliki keunggulan fisik serta artistik yang unik yang membuat banyak konsumen dalam negeri ataupun luar negeri menyukai produk produk hasil dari olahan rotan. Seperti yang dapat dilihat pada grafik dibawah ini bahwa pertumbuhan tahunan dari ekspor furnitur dari rotan atau bambu mengalami peningkatan.

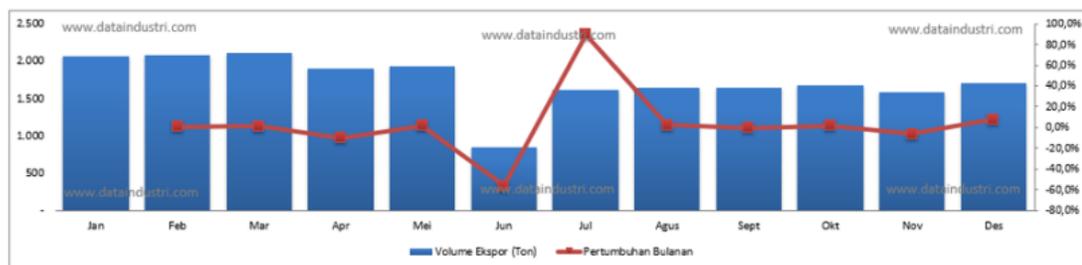
Sumber: DataIndustri Research, diolah dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, dan Badan Pusat Statistik (BPS)



Gambar 1.2

Tren Data Volume Ekspor Furnitur dari Rotan atau Bambu, 2015 – 2021

Sumber: DataIndustri Research, diolah dari Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, dan Badan Pusat Statistik (BPS)



Gambar 1.3

Tren Data Volume Ekspor Furnitur dari Rotan atau Bambu, Januari 2019 – Februari 2021 (Data Bulanan)

Untuk di Jawa Barat sendiri khususnya di daerah Cirebon, sudah terdapat sentra dari industri anyaman rotan ini. Bahkan produknya sudah dipasarkan ke berbagai negara. Tetapi daerah Bandung Raya pun saat ini sudah cukup banyak yang menggeluti bisnis ini.

Biasanya rotan lebih dikenal untuk bahan membuat kerajinan anyaman berupa keranjang, tikar, lampit, tas, maupun produk mebel. Tapi selain itu rotan juga dapat dijadikan bahan untuk membuat jembatan, pemukul, tali, dan berbagai produk sehari-hari lainnya yang dapat menunjang aktivitas masyarakat. Ditambah saat ini rotan juga banyak digunakan sebagai bahan untuk produk mebel yang dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat menjadi solusi untuk mempercantik tata interior dalam berbagai desain dan budaya.

Dalam bisnis UKM anyaman rotan dapat dikatakan cukup menjanjikan untuk prospek ekonomi kedepannya, karna produk dari olahan rotan selain dapat memiliki nilai jual yang tinggi tetapi memiliki nilai manfaat yang dapat dijadikan suatu komoditas dalam melakukan perdagangan dan menghasilkan keuntungan. Karena saat ini di Indonesia banyak produk lokal dari anyaman rotan yang sudah diekspor ke berbagai negara, yang membuktikan bahwa produk ini memiliki nilai jual di pasar internasional. Sebab produk rotan dapat memberikan suatu kesan yang alami terhadap interior yang membuat konsumen dalam negeri maupun luar negeri menggemari produk ini.

Menurut Kementerian Perdagangan (Kemendag) dalam website **ANTARANEWS.COM** pada 5 November 2020 nilai produk rotan Indonesia selama Januari hingga Agustus tahun 2020 meningkat hingga 4,35% dibandingkan periode sebelumnya yang sama di tahun 2019. Selain itu juga mendag mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara sebagai produsen rotan terbesar di dunia tetapi sebagai negara eksportir rotan di dunia menduduki posisi ketiga setelah China dan Vietnam. Untuk itu kemendag mendorong agar pelaku usaha furnitur rotan, khususnya di Kabupaten Cirebon, bisa meningkatkan jumlah produksinya.

Walaupun di tahun 2020 terjadi pandemi tetapi bisnis rotan masih bisa bertahan bahkan ekportir produk rotan di Indonesia khususnya kabupaten Cirebon dapat mengekspor produk rotan hingga ke 10 negara dan bahkan ada negara baru lainnya yang membeli produk rotan ini. Hingga mendapatkan total nilai kontrak sebesar Rp5,3M atau setara 362 ribu dollar AS, menurut kemendag.

Ada sebuah teori yang menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan di suatu negara kompetitif dalam besaing maka negara tersebut mendapat keunggulan dari hal tersebut.

Untuk mencapai hal tersebut pelaku usaha perlu meningkatkan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan. Competitiveness merupakan suatu pemahaman dari membandingkan kemampuan yang dimiliki dan kinerja dari perusahaan, negara sebagai sub-sektor yang menjual maupun memasok barang dan atau jasa yang dipasarkan ke dalam pasar. Selain itu dengan adanya daya saing yang tinggi,

perusahaan akan dapat tetap bertahan dan mendapat keuntungan baik dari konsumen, produksi, selain itu mendapatkan citra yang baik dalam pandangan konsumen serta pelanggan, juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Dalam memperoleh data peneliti melakukan survei awal terhadap 30 responden yang merupakan pemilik usaha kerajinan rotan di Bandung Raya, yaitu 15 responden di Kota Bandung, 3 responden di Kota Cimahi, 7 responden di Kota Majalengka, 3 responden di Kota Subang, dan 2 responden di Kota Karawang.

Hal ini didukung dengan hasil survey awal atau pra-survey terhadap 10 orang pemilik usaha kerajinan rotan di Bandung Raya dengan menggunakan kuesioner melalui google form, seperti terlihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.1

Survey Awal Variabel *Competitiveness Development* Melalui Google Form

NO	COMPETITIVENESS DEVELOPMENT	KETERANGAN	
		YA	TIDAK
1	Lokasi toko yang saya miliki cukup mudah dijangkau oleh kendaraan	53,3%	46,7%
2	Lokasi toko yang saya miliki mudah untuk ditemukan	66,7%	33,3%
3	Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau di masyarakat	70%	30%
4	Harga yang ditawarkan cukup bervariasi	93,3%	6,7%
5	Saya selalu mengkomunikasikan <i>product knowledge</i> pada konsumen	36,7%	63,3%
6	Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan sopan bagi konsumen	93,3%	6,7%
7	Kualitas yang diperoleh sesuai dengan harga yang ditawarkan	66,7%	33,3%
8	Saya hanya menggunakan kualitas terbaik	56,7%	43,3%
9	Untuk mengenalkan produk, saya selalu melakukan promosi melalui media online	20%	80%
10	Saya memberikan potongan harga bagi pelanggan tetap	66,7%	33,3%

Sumber : *Data diolah Mei 2021*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada 10 responden, diperoleh hasil 63,3% responden pengrajin rotan di Bandung Raya menjawab bahwa mereka masih banyak yang jarang mengkomunikasikan mengenai *product knowledge* atau pengetahuan mengenai produk, seperti cara jenis bahan yang digunakan, bagaimana cara merawatnya ataupun apa yang perlu dilakukan apabila ada kerusakan pada produk. Adahal hal tersebut dapat dijadikan salah satu keunggulan dari perusahaan/toko agar

menarik minat konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan/toko.

Sedangkan, berdasarkan data 80% para pengrajin rotan di Bandung Raya masih belum melakukan promosi melalui media online, mereka masih mengandalkan penjualan offline dan masih mengandalkan dari pesanan dari pelanggan. Padahal saat ini melakukan promosi menggunakan media online akan sangat membantu meningkatkan penjualan ataupun konsumen potensial karena akan banyak konsumen baru akan mengetahui mengenai produk kita.

Selanjutnya pelaku usaha juga perlu melakukan Learning Orientation, yang bertujuan untuk meningkatkan terus kemampuan yang dimiliki terutama dari segi kreativitas. Adapun menurut **(Sugiyarti, 2015)** yang mengutip dari Garvin (1993) mengungkapkan bahwa orientasi pendidikan ialah selaku sesuatu proses dimana organisasi ataupun industri belajar untuk mempunyai kemampuan dalam menghasilkan, mempelajari serta mentransfer pengetahuan dan perilaku dari industri buat merefleksikan hasil belajar dari industri.

Selain itu untuk membentuk pembelajaran organisasi bagi usaha yang sedang dijalani, agar dapat bertindak secara cepat untuk melakukan antisipasi perubahan yang sewaktu-waktu dapat terjadi supaya mempertahankan eksistensi di pasar. Selain itu pelatihan bagi seorang pengrajin sangat diperlukan yaitu untuk meningkatkan keterampilann serta wawasan mengenai kewirausahaan.

Hal ini didukung dengan hasil survey awal atau pra-survey terhadap 10 orang pemilik usaha kerajinan rotan di Bandung Raya dengan menggunakan kuesioner melalui google form, seperti terlihat pada tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.2
Survey Awal Variabel *Learning Orientation* Melalui Google Form

NO	<i>LEARNING ORIENTATION</i>	KETERANGAN	
		YA	TIDAK
1	Saya selalu memiliki komitmen untuk belajar hal baru dan belajar dari kesalahan yang telah terjadi	86,7%	13,3%
2	Saya sering mengikuti training, workshop, seminar tentang kerajinan rotan ataupun mengenai bisnis kerajinan rotan	13,3%	86,7%
3	Saya mampu menyikapi/memberikan respon yang baik saat diberikan pendapat lain oleh orang lain	76,7%	23,3%
4	Saya selalu memiliki dan menerapkan tujuan bersama bagi perusahaan	40%	60%

Sumber : *Data diolah Mei 2021*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada 10 responden, diperoleh hasil 83,3% responden pengrajin rotan di Bandung Raya menjawab bahwa mereka masih jarang bahkan hampir tidak pernah mengikuti training, workshop, seminar tentang kerajinan rotan ataupun mengenai bisnis kerajinan rotan. Hal itu disebabkan masih kurang adanya kegiatan semacam itu, dan hal tersebut yang membuat mereka sulit menemukan pemikiran pemikiran baru serta sulit untuk cepat berkembang.

Adapun 53,3% responden menjawab bahwa mereka masih belum memiliki dan menerapkan tujuan bersama bagi bisnis yang mereka miliki. Mereka hanya berfokus pada kondisi saat ini dan berfokus untuk mengerjakan pesanan dari pelanggan.

Orientasi pembelajaran merupakan suatu pengukuran sebagaimana industri UKM agar bisa berinovasi, proaktif serta senantiasa berani dalam mengambil resiko yang terjalin. Industri yang mempunyai orientasi kewirausahaan akan jadi lebih inovatif menurut **(Mustikowati & Tysari, 2014)** yang mengutip dari Lumpkin dan Dess (1996) yaitu dimana dalam industri mempunyai keahlian serta bersedia buat mendukung kreatifitas, ide-ide baru, serta eksperimen yang menciptakan produk ataupun jasa baru. Sedangkan **(Wolff, Pett, & Ring, 2015)** yang mengutip dari Covin et al., (2006) dalam mengatakan pada dasarnya, orientasi kewirausahaan berkaitan dengan orientasi pendidikan. Dengan terdapatnya orientasi pendidikan, maka para pelakon UKM bisa menaikkan ide-ide yang baru serta pengalaman dari usaha yang dijalankan buat bisa mengalami persaingan yang lebih ketat, sehingga orientasi kewirausahaan bisa pula tumbuh lewat pengetahuan yang lebih luas lewat orientasi pendidikan.

Selain itu Entrepreneurial Commitment juga menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kinerja bisnis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, komitmen dapat diartikan sebagai suatu perjanjian atau keterikatan dalam melakukan sesuatu. Maka dapat diambil didefinisikan bahwa komitmen dalam berwirausaha yaitu

merupakan sesuatu keterikatan diri serta kemauan yang kokoh dalam membangun, memajukan, serta mempertahankan keberadaan usahanya dalam kondisi apapun.

Dan bila pelaku usaha memiliki komitmen wirausaha baik baik untuk diri sendiri maupun diluar dari diri sendiri akan sangat membantu dalam meningkatkan membangun dan meningkatkan bisnis. Tetapi komitmen berwirausaha itu tidak datang dengan begitu saja, tetapi perlu diusahakan agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Hal ini didukung dengan hasil survey awal atau pra-survey terhadap 10 orang pemilik usaha kerajinan rotan di Bandung Raya dengan menggunakan kuesioner melalui google form, seperti terlihat pada tabel 1.4 berikut ini:

Tabel 1.3**Survey Awal Variabel *Entrepreneurial Commitment* Melalui Google Form**

NO	<i>ENTREPRENEURIAL COMMITMENT</i>	KETERANGAN	
		YA	TIDAK
1	Dalam mengembangkan usaha rotan ini, saya bisa mengatasi kesulitan sesuai dengan kemampuan yang saya miliki	93,3%	6,7%
2	Saya percaya usaha yang saya jalani apabila disertai dengan kerja keras akan tercapainya tujuan yang diharapkan	93,3%	6,7%
3	Saya memiliki inisiatif dalam mengembangkan usaha yang saya jalani.	70%	30%
4	Saya sebagai pemilik usaha selalu berinisiatif untuk memulai komunikasi yang baik terhadap karyawan maupun pelanggan	63,3%	36,7%
5	Dalam bisnis yang saya jalani, saya menyusun perencanaan dan strategi yang matang	66,7%	33,3%
6	Saya melakukan pengembangan bagi usaha yang saya jalani	63,3%	36,7%
7	Saya mempunyai keinginan (motivasi) yang kuat untuk meningkatkan penjualan.	73,3%	26,7%
8	Saya berusaha untuk bersikap adil terhadap para karyawan saya untuk meningkatkan keberhasilan usaha saya	70%	30%
9	Saya berusaha memberikan semangat serta meningkatkan sumber daya manusia yang saya miliki	43,3%	56,7%
10	Keberani mengambil resiko kegagalan demi sebuah hasil yang besar	33,3%	66,7%

Sumber : *Data diolah Mei 2021*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada 10 responden, diperoleh hasil 56,7% responden pengrajin rotan di Bandung Raya menjawab bahwa mereka masih kurang komunikasi terhadap para karyawan mereka.

Selain itu juga berdasarkan hasil survei yang diperoleh bahwa 56,7% dari mereka menjawab bahwa mereka masih belum berani untuk mengambil resiko kegagalan, mereka lebih memilih untuk mengambil pesanan yang pernah mereka kerjakan.

Dari beberapa indikator diatas itu akan mempengaruhi dari kinerja bisnis dari perusahaan/toko tersebut, dan dari hal itu akan mempengaruhi dari tingkat keuntungan yang diperoleh ataupun tingkat penjualan yang akan mereka peroleh. Kinerja bisnis atau juga kinerja organisasi ataupun kinerja perusahaan yaitu salah satu indikator untuk mencapai tujuan dan kesuksesan pencapaian perusahaan. Karena kinerja perusahaan dapat dijadikan sebuah ukuran untuk kesuksesan serta efisiensi dari kegiatan perusahaan.

Seperti yang diungkapkan oleh (**Alim & Destriana, 2019**) yang dikutip dari Rivai & Basri (2004:16) bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil dari kinerja perusahaan yang dicapai oleh seseorang maupun sekelompok orang didalam perusahaan yang sesuai dengan tanggung jawab yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yang dilakukan secara legal dan tidak bertentangan dengan etika serta moral yang ada.

Hal ini didukung dengan hasil survey awal atau pra-survey terhadap 10 orang pemilik usaha kerajinan rotan di Bandung Raya dengan menggunakan kuesioner melalui google form, seperti terlihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.4
Survey Awal Variabel Kinerja Bisnis Melalui Google Form

NO	KINERJA BISNIS	KETERANGAN	
		YA	TIDAK
1	Saya menerima keuntungan yang meningkat setiap bulannya	6,7%	93,3%
2	Adanya peningkatan jumlah konsumen setiap bulan.	16,7%	83,3%
3	Saya mengalami peningkatan jumlah penjualan setiap bulannya	86,7%	13,3%

Sumber : *Data diolah Mei 2021*

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan pada 10 responden, diperoleh hasil 93,3% responden pengrajin rotan di Bandung Raya menjawab bahwa mereka tidak mengalami peningkatan pendapatan, salah satunya di kondisi pandemi saat ini. Sementara itu 80% diantara para pengrajin tidak mengalami peningkatan jumlah konsumen.

Salah satunya faktor yang menyebabkan hal tersebut yaitu para pengrajin rotan yang hanya mengandalkan penjualan *offline* seperti dari pesanan para pelanggan tetap mereka tidak melakukan promosi melalui online untuk meningkatkan pangsa pasar mereka, padahal saat ini konsumen yang berbelanja langsung ke toko saat ini sedang mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **“Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya Promosi yang Dilakukan Oleh Para Pengrajin Rotan Di Bandung Raya
2. Masih Kurangnya Visi Perusahaan yang Dimiliki Dalam Menjalani Bisnis Bagi Para Pengrajin Rotan Di Bandung Raya
3. Kurangnya Kemampuan Untuk Mengambil Sebuah Keputusan Beresiko Dengan Penuh Perhitungan yang Dari Para Pengrajin Rotan Di Bandung Raya
4. Menurunnya Tingkat Keuntungan yang Diperoleh Pada Para Pengrajin Rotan Di Bandung Raya

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka penulis mengangkat rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Competitiveness Development Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
2. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Learning Orientation Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
3. Bagaimana Tanggapan Responden Mengenai Entrepreneurial Commitment Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
4. Seberapa Besar Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pengrajin Rotan Di Bandung Raya

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pengrajin Rotan di di Bandung Raya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden Mengenai Competitiveness Development Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
2. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden Mengenai Learning Orientation Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
3. Untuk Mengetahui Tanggapan Responden Mengenai Entrepreneurial Commitment Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya
4. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment Terhadap Kinerja Bisnis Pada Pengrajin Rotan Di Bandung Raya

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu penelitian ini sebagai masukan bagi para pengrajin rotan di Bandung Rayadalam mengetahui Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment terhadap kinerja bisnis pada pengrajin rotan di Bandung Raya.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini merupakan pengalaman berharga dimana penulis dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Competitiveness Development, Learning Orientation, Entrepreneurial Commitment terhadap kinerja bisnis pada pengrajin rotan di Bandung Raya.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat berguna untuk menambah ilmu serta sebagai sumber penelitian yang bisa berguna dalam peneliti lain.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka peneliti mengadakan penelitian pada beberapa pengrajin rotan yang berada di Bandung Raya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai pada bulan April 2021. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti membuat rencana agenda penelitian yang diawali dengan sesi persiapan hingga ketahap akhir ialah membuat hasil laporan yang diperoleh dari hasil pelaksanaan penelitian. Secara lebih rinci waktu penelitian dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.5
Pelaksanaan Penelitian

NO	Uraian	WAKTU KEGIATAN																														
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September						
		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	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																									■	■					