

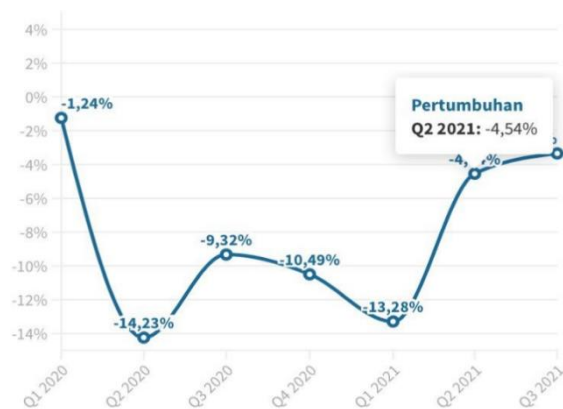
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Kompetensi ini memungkinkan industri kecil meningkatkan kemampuan usaha dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing. Dengan keterkaitannya bersama nilai-nilai kewirausahaan, industri kecil yang memerlukan keunggulan bersaing. UMKM merupakan bentuk usaha masyarakat, Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian masyarakat dan perekonomian suatu Negara.

Sektor -sektor usaha di Indonesia beragam karena sumberdaya yang mempunyai untuk memenuhi kebutuhan usaha. Misalnya sektor manufaktur dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah di Indonesia, baik pertambangan, pertanian, dan perkebunan. Selain itu sektor industri lain seperti industri tekstil yang mempunyai kekayaan melimpah dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan-perusahaan yang baru tumbuh di Indonesia. Berikut data pertumbuhan Industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) • Visualisasi Data: Made Anthony Iswara

Gambar 1.1 Pertumbuhan Tahunan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi (Q1 2020 – Q3 2021)

Sementara dari sisi industri, data Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal IV 2020 menunjukkan bahwa laju pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi memang turun 10,49 persen secara tahunan. Hal ini sedikit membaik di data terakhir kuartal III 2021, yang menunjukkan laju pertumbuhan industri tersebut menunjukkan penurunan 3,34 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya.

Penurunan pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi di tahun 2020 -2021 terjadi di sepanjang tahun 2020, data dari Badan Pusat Statistik inilah yang menjadi pengacu penulis dalam melakukan penelitian tentang industry pakaian jadi dimana yang dimaksud adalah UMKM Fashion. Dengan topik yang penulis ambil tentang keunggulan bersaing. Apakah keunggulan bersaing industri tekstil ini menurun karena factor-faktor diluar atau didalam usaha.

Perkembangan sektor industry-industri di Kota Bandung sudah menjalar dengan berbagai sektor. Baik sektor barang mentah atau barang konsumsi. Sebagaimana perkembangan teknologi, Kota Bandung juga mempunyai akses yang baik untuk menyediakan bahan baku yang terdapat di kota atau kabupaten sekitar.

Tabel 1 .1 Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang menurut KBLI

| Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) di Kota Bandung, 2020 | |
|---|-----|
| Industri Makanan | 167 |
| Industri Minuman | 38 |
| Industri Pengolahan Tembakau *.31- | 0 |
| Industri Tekstil | 218 |
| Industri Pakaian Jadi | 503 |
| Industri Kulit, Barang dari Kulit, dan Alas Kaki | 77 |
| Industri Kayu, Barang-barang Dari Kayu (Tidak termasuk Furnitur), dan Barang-barang Anyaman dari Rotan, Bambum dan Sejenisnya | 0 |
| Industri Kertas, Barang dari Kertas | 1 |
| Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman | 104 |
| Industri dari Prosuk Batu Bara dan Pengilangan Minyak Bumi | 0 |
| Industri Kimia dan Barang dari Bahan Kimia | 28 |
| Industri Farmasi, Prosuk Obat Kimia dan Obat Tradisional | 0 |
| Industri Karet, Barang dari karet dan plastic | 79 |
| Industri Barang Galian Bukan Logam | 0 |
| Industri logam Dasar | 57 |
| Industri Barang dari Logam, bkan mesin dan peralatannya | 0 |
| Industri Komputer, Barang Elektronik dan Optik | 30 |
| Industri Peralatan Listrik | 30 |
| Industri Mesin, dan Perlengkapannya, Ytdl | 18 |
| Industri Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer | 31 |
| Industri Alat Angkut Lainnya | 0 |
| Industri Furnitur | 11 |
| Industri Pengolahan Lainnya | 40 |
| Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan | 0 |

Sumber : <https://bandungkota.bps.go.id/> dan diolah oleh Penulis (2022)

Menurut sumber KBLI Bandung 2020 menjelaskan bahwa terdapat subsektor Berdasarkan data Tabel diatas menunjukkan bahwa industri Pakaian Jadi kota Bandung sebesar 503 merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai ladang usaha bagi para pengusaha. Fashion saat ini berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman yang 3 ada dan terkait dengan trend yang

berlaku, kreatifitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga mengikuti trend.

Di Bandung terdapat banyak bangunan tua, ada yang masih berfungsi sebagaimana aslinya, ada yang beralih fungsi menjadi restoran, tempat berbelanja, dan tempat rekreasi. Dengan ke kreatifan anak muda Bandung, Gudang lama yang berada di Jalan Gudang Selatan Bandung diubah menjadi tempat *market place* dimana tempat anak-anak muda berkarya, bekerja, mendesain, dan berjualan. Ridwan Kamil selaku Gubernur Jawa Barat menjelaskan secara spesifik menunjuk tempat ini yakni Jl.Gudang Selatan Bandung sebagai tempat untuk mewakili karakter kreatif Bandung.(<https://athome.id/gudang-tua-sarang-kreativitas-anak-milenial-bandung/>).

Menurut (Suhaeni,2018) industri kreatif merupakan salah satu bidang usaha yang sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini. Kementrian Perdagangan Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Di Jalan Gudang Selatan Bandung terdapat 35 UMKM dibidang Fashion yang terdapat pada table berikut.

Tabel 1.2 Daftar Nama Toko Fashion di jl. Gudang selatan bandung

| | NAMA TOKO | ALAMAT |
|----|------------------|----------------------------------|
| 1 | Deux Ex Machina | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 2 | My Pride | Gudang B Jl gudang selatan No 22 |
| 3 | Gou Apparel | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 4 | K.kisses | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 5 | Oblivion | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 6 | Phillpis Work | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 7 | Barmoca | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 8 | Joyse. TM. | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 9 | Ladou | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 10 | A Basic | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 11 | Vacanseas | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 12 | Hurts | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 13 | Pouge Locals | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 14 | Poison Stockroom | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 15 | Up Market | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 16 | Brome District | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 17 | Poshbrain | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 18 | Revati | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 19 | Maison de Bjorn | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 20 | Hoyafield | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 21 | Off co | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 22 | Save My Monday | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 23 | Classiconesia | Jl. Gudang Selatan No 22 A |
| 24 | Batik fractal | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 25 | Evil | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 26 | Sfgest | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 27 | Cherish The Love | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 28 | Yamarusih | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 29 | Redline | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 30 | LTHRFKHFT | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 31 | Major Minus | Jl. Gudang Selatan No 22 A |
| 32 | Imagery | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 33 | Portegoods | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 34 | Selatan 22 | Jl. Gudang Selatan No 22 |
| 35 | MKShoes | Jl. Gudang Selatan No 22 b |

Dengan adanya keunikan paada Jl. Gudang Selatan Bandung . Yang bertema kan gedung tua, membuat UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung dipadati oleh pengunjung. Dimana pengunjung ini dijadikan sebagai keberlangsungan usaha untuk mencapai keunggulan bersaing UMKM Fashion lainnya di bandung. Pada dasarnya UMKM yang bergerak di bidang “*distro*” di Bandung sudah dikuasai oleh jalan Trunojoyo, dengan penempatan satu *distro* ke *distro* lainnya, ada perbedaan jarak tempuh. Bedanya, di Jalan Gudang Selatan ini dibuat dalam satu ruangan yang mempuni banyak *brand*.

Selain akses, *marketplace* dari *distro-distro* yang ada di Jalan Gudang Selatan ini mempunyai artikel yang baik pada social media, cakupan luas sampai mancanegara inilah yang membuat keunggulan bersaing yang baik. Suatu Perusahaan harus mempunyai pendekatan internal berupa kemajuan teknologi, komunikasi, dan perusaha dan factor factor wirausaha dari pemimpin perusahaan, Kemampuan interpersonal yang mencakup Kewirausahaan dan Bagaimana bersaing.

Hal tersebut peneliti lanjutkan dalam sebuah kuisiener yang disebar sebagai pencarian kemampuan wirausaha untuk menangani pencapaian tujuan perusahaan. Table dibawah adalah contoh dari uraian topic penelitian yang dijadikan pertanyaan-pertanyaan yang dilandasi indikator topic tersebut. Berikut adalah table kuisiener survey awal Kepada Pelaku Usaha UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung :

Tabel 1.3 Tabel Survey Awal Keunggulan Bersaing

| No | Pertanyaan KEUNGGULAN BERSAING | | YA | | TIDAK | |
|----|-----------------------------------|--|--|-------|-------|-------|
| | 1 | Kemampuan Aset | Apakah simpanan asset anda bisa membuat usaha anda berjalan dengan lancer? | 13 | 72,4% | 5 |
| 2 | Biaya Produksi | Apakah anda bisa meminimalisir pengeluaran untuk biaya produksi ? | 11 | 61,1% | 7 | 38,9% |
| 3 | Harga Jual | Apakah harga jual produk anda bisa bersaing dengan kompetitor? | 8 | 44,4% | 10 | 55,6% |
| 4 | Keunggulan | Apakah produk anda mempunyai keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor? | 15 | 83,3% | 3 | 16,7% |
| 5 | Kemampuan Skill | Apakah skill anda bisa mengembangkan produk sehingga bisa bersaing di pasar? | 10 | 55,6% | 8 | 44,4% |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel survey awal mengenai Keunggulan Bersaing UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung terdapat sumber masalah dari pelaku usaha di UMKM Fashion di Gudang Selatan Bandung yang sebagian besar para pelaku usaha tidak bisa membuat harga jual produknya lebih bersaing dengan kompetitor. Dikarenakan adanya ketakutan mengalami kerugian apabila menurunkan harga jual, karena biaya produksi barang relatif hampir sama. Dan apabila menaikkan harga produk, sebagian besar pemilik usaha umkm fashion di gudang selatan bandung merasa bahwa pembeli akan lebih tertarik kepada kompetitor, sehingga tidak mampu bersaing dengan kompetitor dan mereka hanya mengikuti harga jual dipasaran, mereka lebih mementingkan nilai guna dari produknya dibandingkan harga jual yang tinggi. dimana seperti yang ungkapkan oleh **Muhammad Iffan (2019: 85)** mengenai keunggulan bersaing adalah perbedaan antara nilai dan biaya produksi barang atau jasa dibandingkan dengan pesaing. Jika nilai ekonomi yang diciptakan lebih besar dari nilai pesaingnya, perusahaan memiliki keunggulan kompetitif; jika nilai ekonomisnya sama dengan pesaing, maka perusahaan

memiliki keseimbangan kompetitif; jika nilai ekonomi lebih rendah dari perusahaan pesaing, perusahaan memiliki kelemahan bersaing

Menanggapi uraian tentang perbandingan harga jual, peneliti mengkaji penelitian milik Ardiansyah (2015) yang mana adanya pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing.

Tabel 1.4 Survey Awal Kompetensi Kewirausahaan

| No | Pertanyaan KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN | | YA | | TIDAK | |
|----|--|--|----|-------|-------|-------|
| 1 | <i>Self knowledge</i> | Apakah pengetahuan anda tentang berwirausaha sudah baik? | 8 | 44,4% | 10 | 55,6% |
| 2 | <i>Practical Knowledge</i> | Apakah anda sudah mempraktekan kreatifitas pada usaha anda? | 16 | 88,9% | 2 | 11,1% |
| 3 | <i>Communication Skill</i> | Apakah anda dapat mengkomunikasikan produk anda kepada konsumen dengan baik? | 17 | 94,4% | 1 | 5,6% |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan hasil survey awal terhadap 18 responden terdapat masalah bahwa pengetahuan berwirausaha UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung kurang baik. Karena sebagian pemilik usaha merasa pengetahuan fashion sangatlah luas, mereka lebih memilih mengikuti trend yang ada dan mengaplikasikannya terhadap produk mereka

Menurut Wayan Gede Supartha (2009 :79) dalam Raeny Dwi Santy (2018:3), Kompetensi kewirausahaan adalah suatu hal yang berada pada seorang wirausahawan sebagai karakteristik mendasar dan digunakan menjadi keahlian dalam mengelola bisnis yang baik. Dimana bisnis yang baik akan terkelola sebagaimana pelaku usaha mengetahui Kompetensi Kerwirausahaan.

Selain itu factor lain pendorong keunggulan bersaing adalah Keberlangsungan Usaha. Sebagaimana pada penelitian Kurniawan (2018) yang menjelaskan tentang

Kelanggengan atau Keberlangsungan Usaha berpengaruh terhadap keunggulan Bersaing

Tabel 1.5 Tabel Survey Awal Keberlangsungan Usaha

| No | Pertanyaan KEBERLANGSUNGAN USAHA | | YA | | TIDAK | |
|----|-------------------------------------|---|----|-------|-------|-------|
| 1 | <i>Start-Up</i> | Apakah anda memulai bisnis tanpa bergantung dari pihak manapun? | 6 | 33,3% | 12 | 66,7% |
| 2 | <i>Struggle</i> | Apakah anda mengalami masalah saat memulai bisnis anda? | 13 | 72,2% | 5 | 27,7% |
| 3 | <i>Survival</i> | Apakah anda akan bertahan untuk usaha anda? | 13 | 72,2% | 5 | 27,8% |
| 4 | <i>Supremancy</i> | Apakah anda ingin mengembangkan Usaha anda? | 11 | 61,1% | 7 | 38,9% |

Sumber : Diolah oleh Peneliti (2022)

Berdasarkan data survey awal diatas peneliti menemukan adanya sumber masalah pada *Start - Up*. Dimana sebagian besar pelaku bisnis di UMKM Fashion di jalan Gudang Selatan Bandung memulai usahanya bergantung pada pihak lain, pihak lain yang dimaksud adalah seperti perbankan, teman, keluarga karena mereka merasa jaringan usaha sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pertikaian sentra-sentra *distro* di Bandung masih berpusat di Jalan Trunojoyo, tetapi pesaing baru seperti Jalan Gudang Selatan sudah terseret arus Fashion di Bandung. *Hallway* adalah suatu tempat di lantai 2 pasar Kosambi yang disulap menjadi seperti Gudang Selatan, uniknya, ruko-ruko kecil tersebut dipadati oleh kuliner juga, menjadikan “*nongkrong*” di *Hallway* pasar Kosambi sampai berlarut larut. Sedangkan Jalan Gudang Selatan sudah dipenuhi *Bar* yang tidak lain konsumen tidak banyak yang berminat melirik *distro-distro* ini.

Dalam pemberdayaan wirausaha, pemerintah juga menyediakan beberapa lembaga dengan berbagai jenis bentuk wirausaha. Tetapi pelatihan-pelatihan yang

diberikan tidak terpaku kepada factor-faktor pemicu keunggulan bersaing. Sebagaimana penulis lakukan survey awal dalam menguji bahwa kompetensi wirausaha dan Keberlangsungan Usaha adalah hal penting untuk keunggulan bersaing.

Setelah membuat uraian diatas penulis tertarik untuk mengambil judul “PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM FASHION DI JALAN GUDANG SELATAN BANDUNG”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis maka dapat disimpulkan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM Fashion Di Jalan Gudang Selatan Bandung diantaranya :

1. Pelaku usaha UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung sebagian besar para pelaku usaha tidak bisa membuat harga jual produknya lebih bersaing dengan kompetitor. Dikarenakan adanya ketakutan mengalami kerugian apabila menurunkan harga jual, karena biaya produksi barang relatif hampir sama. Dan apabila menaikkan harga produk, sebagian besar pemilik usaha umkm fashion di gudang selatan bandung merasa bahwa pembeli akan lebih tertarik kepada kompetitor, sehingga tidak mampu bersaing dengan kompetitor dan mereka hanya mengikuti harga jual dipasaran, mereka lebih mementingkan nilai guna dari produknya dibandingkan harga jual yang tinggi.

2. Sebagian Pelaku usaha UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung merasa pengetahuan fashion sangatlah luas, tetapi mereka lebih memilih mengikuti trend yang ada dan mengaplikasikanya terhadap produk mereka dengan kurangnya pengetahuan kewirausahaan.
3. Adanya sumber masalah pada *Start - Up*. Dimana sebagian besar pelaku bisnis di UMKM Fashion di jalan Gudang Selatan Bandung memulai usahanya bergantung pada pihak lain, pihak lain yang dimaksud adalah seperti perbankan, teman, keluarga karena mereka merasa jaringan usaha sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan

1.2.1 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kompetensi Kewirausahaan pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keberlangsungan Usaha pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data mengenai Kompetensi Kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui mengenai Kompetensi Kewirausahaan UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan
2. Untuk mengetahui mengenai Keberlangsungan Usaha pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Fashion di Jalan Gudang Selatan Bandung baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Aspek-aspek penelitian yang penulis ambil untuk kegunaan penelitian ini adalah kegunaan praktis dan kegunaan teoritis yang mana akan penulis jelaskan berikut ini

1.4.1 Kegunaan Praktis

Sebagaimana sektor penelitian ini adalah sektor UMKM Fashion. Peneliti berharap para wirausahawan akan selalu mengembangkan kemampuan berwirausaha melalui masukan masukan yang akan didapatkan dari penelitian ini.

Karena dengan kegunaan praktis yang berarti kegunaan dari pelaksanaannya

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Untuk pengembangan ilmu manajemen bisnis, memberikan referensi tentang kompetensi kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha dalam penerapannya di industri Indonesia serta sebagai gambaran kepada teman-teman dan para peneliti lain yang mungkin nantinya berkeinginan meneliti lebih dalam lagi mengenai penilaian Kompetensi Kewirausahaan dan Keberlangsungan Usaha dalam Industri di Indonesia

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penulisan ini, penulis melakukan penelitian pada UMKM Fashion di jalan Gudang Selatan Bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian penulis memulai penyusunan dibulan maret sampai dengan pengumpulan data di bulan agustus

Tabel 1.6 Waktu Penelitian

| No | Uraian | Waktu Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------|------------------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|
| | | 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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

