

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis atau berwirausaha merupakan kegiatan wajib yang setiap hari dijalani oleh seluruh manusia, karena berbisnis adalah sarana untuk manusia memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu mustahil apabila tidak ada manusia yang tidak menjalankan bisnis di kehidupannya. Apalagi jika kita melihat era globalisasi seperti saat ini, Hanung Eka Atmaja *et al* (2021:57) memaparkan bahwa era globalisasi sekarang ini banyak negara di dunia sudah mulai bergerak dengan segala potensi yang dimilikinya. Menurut Pinky Kusumu Ningtyas *et al* (2015:95) perusahaan mendapatkan keuntungan dari skala ekonomi dan ruang lingkup dengan memanfaatkan globalisasi, tetapi mereka juga membutuhkan teknologi untuk beroperasi secara global. Dari beberapa sumber sebelumnya dapat diartikan bahwa saat ini seluruh komponen akan sangat berkembang dan salah satunya adalah bisnis. Dalam sebuah bisnis atau usaha pasti terdapat orang yang memegang kendali dari bisnis tersebut, baik bisnis kecil hingga ke bisnis yang sudah menjadi besar. Sangat penting rasanya untuk dapat mengetahui bagaimana suatu bisnis dapat berjalan dibawah kepemimpinan yang baik hingga usaha tersebut dapat terus berlanjut lalu berkembang hingga akhirnya dapat menjadi usaha yang sukses di kemudian hari.

Seorang pebisnis atau wirausahawan memiliki latar belakang yang berbeda, akan tetapi seorang wirausahawan pasti mempunyai beberapa hal penting yang akan berdampak pada bisnisnya yaitu ketekunan, kerja keras, rasa semangat, dan motivasi yang tinggi untuk mencapai keberhasilan dalam bisnisnya. Jika seorang

wirausahawan sudah terbentuk mental dan karakternya dengan berdasarkan hal-hal penting tadi maka sudah bisa dipastikan para wirausahawan seperti itu akan berhasil menjalankan usahanya di kemudian hari. Seperti yang dipaparkan oleh Andrean Pradipta. H dan Muhammad Iffan (2021:76), pelaku usaha diuntut untuk mampu menguasai keterampilan serta keahlian dalam melakukan usahanya tersebut.

Namun sering kali para wirausahawan mendapatkan masalah dan tantangan saat menjalani bisnisnya, tidak jarang para wirausahawan merasa kewalahan dalam menyelesaikan persoalan dalam bisnisnya tersebut. Salah satu masalah yang dihadapi seorang wirausaha adalah masalah pemberdayaan pengangguran, seperti yang dijelaskan oleh Arif Rahman (2019:481), yang menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan salah satu solusi untuk menurunkan pengangguran. Para wirausahawan dituntut untuk dapat memecahkan permasalahan dengan tepat dan baik agar bisnis atau usaha yang dijalaninya dapat kembali membaik dan berjalan normal seperti biasa. Perlu cara yang tepat dalam mengatasi setiap permasalahan yang akan dihadapi agar wirausahawan tidak terperosok kedalam jurang kegagalan.

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa suatu bisnis tidak akan sukses dengan cara yang instan dan mudah, pasti akan ada banyak proses yang dilalui seperti salah satu contoh yaitu mengalami berbagai kerugian atau bahkan hampir jatuh dan mengalami kebangkrutan. Maka dari itu seorang wirausaha harus memiliki pendidikan yang baik, menurut Arif Rahman (2019:481), manusia yang berpendidikan akan melakukan suatu hal berlandaskan pada ilmu dan dapat menghargai segala hal yang berada disekelilingnya. Dan seorang wirausaha akan menyadari bahwa suatu bisnis pasti akan diawali dengan usaha yang kecil lalu

berkembang hingga menjadi usaha yang besar dan sukses. Ada banyak sekali pengusaha yang pada awalnya mengawali bisnisnya dengan semangat dan penuh harapan, namun tak jarang hanya dengan kurun waktu beberapa saat usaha atau bisnis yang mereka jalani harus mengalami kebangkrutan. Banyak faktor yang terjadi salah satunya adalah tidak memiliki pengalaman yang cukup baik dalam berbisnis, masih mempunyai mental yang belum terlalu kuat dalam menjalankan bisnis dan lain sebagainya, tidak sedikit pengusaha yang baru saja mengalami kegagalan ini berfikir untuk kembali bekerja dengan orang lain dan menjadi karyawan disuatu perusahaan yang sudah meraih kesuksesan lalu meninggalkan bisnis yang telah ia bangun sebelumnya, karena merasa lebih nyaman bekerja di tempat lain dan juga tidak menanggung risiko yang besar apabila mempunyai usaha sendiri. Ini merupakan hal yang sangat disayangkan karena ada banyak sekali peluang yang bisa didapatkan apabila kita mau untuk mencari kesempatan baru dan mengoreksi setiap hal yang salah dan memperbaikinya di masa yang akan datang.

Walaupun begitu, hal ini merupakan sesuatu yang biasa terjadi dalam berbisnis, akan tetapi apabila suatu pengusaha ingin mencapai kesuksesan maka mereka harus dengan keras membentuk mental yang lebih kuat lagi dari sebelumnya, siap dengan segala macam risiko, berani bangkit dan tidak menyerah.

Dengan banyaknya peluang usaha yang tepat maka akan bermunculan inovasi baru dan menumbuhkan semangat kepada para masyarakat untuk membangun usahanya sendiri. Seperti UMKM contohnya, UMKM merupakan usaha yang dibangun oleh masyarakat namun masih berbentuk mikro hingga menengah dihitung berdasarkan modal dan pendapatan. Saat ini salah satu penggerak

perekonomian di Indonesia adalah para UMKM. Menurut Dini Setyorini *et al* (2019:502) UMKM mampu menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Serta menurut Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017:35), usaha kecil memiliki atau memegang peranan penting dalam perekonomian di hampir semua negara yang sedang berkembang. UMKM terbukti telah berhasil membantu pergerakan perekonomian di Indonesia, salah satu sebab mengapa UMKM menjadi penggerak perekonomian di Indonesia adalah karena adanya semangat untuk membeli produk buatan negeri sendiri, dan yang seperti kita ketahui itu semua merupakan produk-produk hasil dari UMKM.

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa di daerah Jawa Barat terdapat banyak sekali pengusaha yang menjalani berbagai macam bisnis termasuk di dalamnya yaitu para pelaku usaha UMKM, industri yang digerakan yaitu dari mulai olahan pangan, industri pakaian, hingga industri yang memanfaatkan limbah yang sudah tidak terpakai lagi menjadi barang yang berguna.

Salah satu daerah industri di Jawa Barat yang saat ini menghasilkan beberapa produk dengan kualitas yang baik berada di daerah Soreang, Kab. Bandung. Soreang merupakan ibukota atau pusat pemerintahan untuk Kabupaten Bandung. Di daerah ini terdapat berbagai macam jenis industri. Walaupun begitu, sejak dulu daerah ini terkenal sebagai kawasan yang menghasilkan berbagai macam hasil alam, seperti sayuran, buah-buahan dan rempah-rempah. Namun, seiring dengan berjalannya waktu daerah Soreang telah menjadi Kota yang melahirkan banyak

industri yang dibangun serta dikelola oleh masyarakat dari daerah Soreang itu sendiri dengan kualitas produk yang sangat baik.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kabupaten Bandung Mei 2021

KODE WILAYAH	KECAMATAN	Jumlah UMKM Berdasarkan Sumber Dana Usaha Modal Sendiri
		Unit
32.04.05	CILEUNYI	787
32.04.06	CIMENYAN	28
32.04.07	CILENGKRANG	192
32.04.08	BOJONGSOANG	519
32.04.09	MARGAHAYU	373
32.04.10	MARGAASIH	87
32.04.11	KATAPANG	692
32.04.12	DAYEUKHKOLOT	54
32.04.13	BANJARAN	62
32.04.14	PAMEUNGPEUK	140
32.04.15	PANGALENGAN	89
32.04.16	ARJASARI	509
32.04.17	CIMAUNG	570
32.04.25	CICALENGKA	286
32.04.26	NAGREG	481
32.04.27	CIKANCUNG	230
32.04.28	RANCAEKEK	1313
32.04.29	CIPARAY	1905
32.04.30	PACET	624
32.04.31	KERTASARI	323
32.04.32	BALEENDAH	809
32.04.33	MAJALAYA	240
32.04.34	SOLOKANJERUK	539
32.04.35	PASEH	398

32. 04. 36	IBUN	253
32. 04. 37	SOREANG	1421
32. 04. 38	PASIRJAMBU	519
32. 04. 39	CIWIDEY	413
32. 04. 40	RANCABALI	33
32. 04. 44	CANGKUANG	130
32. 04. 46	KUTAWARINGIN	955
JUMLAH		14974

Sumber: Diskop UKM

Dari data tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Bandung telah memiliki banyak UMKM yang telah beroperasi dengan jumlah sebesar 14.974 badan usaha. Yang membuktikan bahwa UMKM di Kab. Bandung merupakan penyumbang angka yang cukup banyak bagi perekonomian di Jawa Barat.

Salah satu industri yang banyak jalankan oleh para pengusaha di Kab. Bandung khususnya di daerah Soreang adalah industri pakaian. Industri pakaian yang diproduksi dapat dikatakan mempunyai kualitas yang sangat baik bahkan telah dapat menembus pasar luar yang menjadikan produk ini dapat diekspor ke beberapa negara.

Namun dalam beberapa waktu belakangan ini, terjadi perubahan pola jual beli yang diakibatkan oleh situasi pandemi, yang mengakibatkan para pengusaha harus berinovasi agar produk yang mereka jual dapat terus laku dipasaran walaupun telah terjadi perubahan kebiasaan yang dialami oleh seluruh masyarakat dunia. Maka dari itu mayoritas pengusaha pada saat ini tidak hanya melakukan penjualan secara konvensional dan mulai menjual produk-produk mereka dengan menggunakan e-commerce. E-commerce yang digunakan oleh mayoritas pengusaha UMKM di kawasan Soreang yaitu diantaranya Shopee, Bukalapak dan

Lazada, alasannya karena banyak konsumen yang telah terbiasa berbelanja secara online dengan menggunakan aplikasi e-commerce tersebut dan aplikasi tersebut sangat mudah untuk digunakan baik oleh penjual maupun pembeli. Selain itu, para pengusaha UMKM merasa cocok menggunakan ketiga aplikasi tersebut dengan alasan e-commerce tersebut mengklasifikasikan produk sesuai dengan apa yang ingin mereka jual.

Namun, mayoritas pengusaha UMKM di kawasan Soreang masih belum memiliki wawasan atau pengetahuan mengenai peluang usaha yang dapat diambil untuk memajukan usahanya. Hal ini dikarenakan para pengusaha sudah terlalu nyaman dengan pencapaian yang telah diraih serta pendapatan usaha yang dihasilkan dirasa sudah cukup untuk memenuhi keperluan usahanya. Alasan tersebutlah yang menyebabkan para pengusaha tidak mencari peluang baru untuk usahanya. Maka dari itu, penulis merasa ada hal yang penting untuk dianalisis serta hal-hal tersebut sangat berkaitan dengan keadaan yang berkaitan dengan kinerja UMKM pada saat ini.

Kinerja merupakan hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan asset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang (Enis Setiawati *et al*, 2021:38). Berdasarkan hal tersebut maka Kinerja UMKM adalah tingkat pencapaian hasil atas tugas yang telah diselesaikan untuk mencapai tujuan usaha tersebut. Pelaku usaha harus bisa memahami dan menguasai tentang cara meningkatkan kualitas dan standarisasi produk, memperluas dan meningkatkan akses pembiayaan, memperkuat dan

meningkatkan akses teknologi untuk pengembangan UMKM. Dengan kinerja UMKM yang baik maka mampu berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai kinerja UMKM pada Industri Pakaian di Kawasan Soreang, Kabupaten Bandung dilakukan pra-survey dengan menyebarkan survey sementara kepada 30 responden kepada pengusaha Industri Pakaian Soreang dengan menyebarkan kuisioner awal mengenai variabel yang diteliti. Berikut ini hasil survey awal variable Kinerja UMKM pada Tabel 1.2 :

Tabel 1.2
Survey awal tanggapan responden tentang Kinerja UMKM pada Industri Pakaian di Kawasan Soreang, Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah penjualan anda mengalami peningkatan setiap bulannya?	20	66,6%	10	33,3%
2	Apakah pengeluaran selama memulai penjualan mengalami pengembalian modal?	17	56,6%	13	43,3%
3	Apakah jumlah karyawan yang bekerja di usaha anda bertambah setiap tahunnya?	11	36,6%	19	63,3%
4	Apakah anda melakukan promosi agar produk anda dapat menjangkau pasar yang lebih luas?	13	43,3%	17	56,6%
5	Apakah anda mendapatkan keuntungan yang sesuai target anda selama penjualan?	18	60%	12	40%

Sumber: Data yang di olah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil survey awal pada 30 responden pelaku usaha industri pakaian di kawasan Soreang, Kab. Bandung, dapat diketahui bahwa pada variabel kinerja terdapat permasalahan pada point nomor 3 dan 4. Pada point nomor 3 terdapat 19 responden yang menjawab tidak dengan presentase 63,3%, yang menunjukkan bahwa tenaga kerja tidak bertambah setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan dalam beberapa waktu terakhir usaha yang dikerjakan tidak berlangsung dengan baik, yang menyebabkan berkurangnya pendapatan usaha dan mengakibatkan para pengusaha tidak bisa membayar para karyawan apabila bertambah bahkan beberapa pengusaha terpaksa untuk mengurangi tenaga kerja. Hal ini juga memiliki keterkaitan dengan profitabilitas perusahaan apabila para pengusaha menambah pekerja maka usaha yang mereka jalani akan mengalami penurunan pendapatan. Seperti yang dipaparkan oleh Windi Novianti dan Reza Pazzila Hakim (2018:23), profitabilitas memproyeksikan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber pendapatan yang ada. Masalah lain terdapat pada point nomor 4 yaitu dengan jawaban tidak dengan presentase sebesar 56,6%, para pengusaha tidak melakukan promosi agar produknya dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini disebabkan karena para pengusaha sudah terbiasa dengan pasar yang mereka punya pada saat ini dan dirasa telah memenuhi pendapatan yang ditargetkan dalam usaha mereka.

Tabel 1.3
Survey awal tanggapan responden tentang E-Commerce pada Industri
Pakaian di Kawasan Soreang, Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah pelanggan memberikan penilaian atau rating yang baik setelah membeli produk anda secara online	28	93,3%	2	6,6%
2	Apakah anda merasakan kemudahan menjual produk secara online?	22	73,3%	8	26,6%
3	Apakah anda mempromosikan produk yang anda jual secara online?	11	36,6%	19	63,3%
4	Apakah anda merasakan kesulitan saat bertransaksi secara online?	5	16,6%	25	83%

Sumber: Data yang di olah peneliti, 2022

Pada tabel survey awal variabel kuisisioner e-commerce, terdapat permasalahan pada point nomor 3 dengan responden 19 yang menjawab tidak dengan nilai persentase sebesar 63,3%. Permasalahan pada nomor 3 adalah pengusaha tidak mempromosikan produk secara online dikarenakan para pengusaha telah menemukan pasarnya sendiri dalam mempromosikan produknya dan kurangnya wawasan dalam melakukan pemasaran produk secara online.

Tabel 1.4
Survey awal tanggapan responden tentang Orientasi Kewirausahaan pada
Industri Pakaian di Kawasan Soreang, Kabupaten Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda mampu menciptakan ide-ide inovatif dan kreatif untuk menghasilkan produk baru?	24	80%	6	20%
2	Apakah anda berani mengambil risiko untuk melakukan perubahan produk dalam memperluas pangsa pasar?	12	40%	18	60%
3	Apakah anda mempunyai sikap aktif dalam memperkenalkan produk dimasa yang akan datang?	23	76,6%	7	23,3%
4	Apakah anda memiliki sikap yang agresif terhadap pesaing agar menjadi lebih unggul?	20	66,6%	10	33,3%
5	Apakah anda mengambil keputusan secara mandiri untuk pengembangan produk?	27	90%	3	10%

Sumber: Data yang di olah pada survey awal

Dari tabel survey awal diatas, menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan terdapat permasalahan pada point nomor 2 dengan persentase jawaban tidak sebesar 60%. Yaitu para pengusaha tidak berani mengambil risiko untuk melakukan perubahan produk dalam memperluas pangsa pasar, hal ini dikarenakan para pengusaha masih enggan mengambil risiko dalam memanfaatkan peluang yang ada, dan seperti yang diketahui apabila mengambil suatu peluang maka harus berani mengambil sebuah risiko. Alasan lain yang menyebabkan para pengusaha tidak ingin mengambil risiko adalah karena para pengusaha pakaian di Soreang sudah terlalu nyaman dan telah mendapatkan banyak keuntungan dari menjual produk yang seperti biasa mereka jual.

Dari Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut di dalam skripsi dengan judul **Pengaruh E-Commerce Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM (Pada Industri Pakaian di Kawasan Soreang Kabupaten Bandung)**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Penelitian ini akan melakukan analisis serta identifikasi dari latar belakang penelitian yang telah penulis lakukan dan mendapatkan hasil identifikasi antara lain sebagai berikut :

1. Pelaku usaha tidak menambah jumlah karyawan yang bekerja di usahanya.
2. Pelaku usaha tidak melakukan promosi agar produknya dapat menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Pelaku usaha tidak memasarkan produknya secara online.
4. Pelaku usaha tidak berani mengambil risiko untuk melakukan perubahan produk dalam memperluas pangsa pasar.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah didalam penelitian ini di antaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai e-commerce pada industri pakaian di kawasan Soreang.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada industri pakaian di kawasan Soreang.

3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja UMKM pada industri pakaian di kawasan Soreang.
4. Seberapa besar pengaruh e-commerce dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dibidang industri pakaian di kawasan Soreang, Kab. Bandung baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mencari tahu seberapa besar tingkat pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Bidang Industri Pakaian di Kawasan Soreang, Kab. Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari maksud penelitian di atas dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai e-commerce pada industri pakaian di kawasan Soreang.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai orientasi kewirausahaan pada industri pakaian di kawasan Soreang.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja UMKM pada industri pakaian di kawasan Soreang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh e-commerce dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dibidang industri pakaian di kawasan Soreang, Kab. Bandung secara parsial dan simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat dari berbagai sisi ilmu pengetahuan dan ditujukan untuk berbagai pihak.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian bagi badan usaha adalah memberikan sebuah berita informasi berupa kumpulan data yang telah diolah, yang diharapkan nantinya dapat memberikan perkembangan juga perubahan yang lebih baik, seperti contohnya dapat meningkatkan laju bisnis badan usaha.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Manajemen

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan akan dapat memberikan informasi dan juga referensi untuk manajemen bisnis.

b. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang.

c. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat diterapkan serta diimplementasikan kepada para pelaku usaha UMKM untuk perkembangan bisnis dan usaha mereka di Soreang, Kab. Bandung.

