

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia usaha di suatu negara akan selalu diikuti dengan adanya perkembangan yang pesat dari perusahaan-perusahaan berskala kecil. Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang penting dan strategis untuk pertumbuhan ekonomi suatu negara, baik di negara yang berkembang maupun negara yang maju. Pada saat adanya krisis ekonomi yang berlangsung di Indonesia, UKM salah satu sector ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik.

Bandung merupakan kota yang terletak di provinsi Jawa Barat, terkenal sebagai pusat fashion. Kota ini memiliki kemiripan dengan kota Paris, Prancis, dengan itu Bandung mendapat julukan sebagai kota Paris Van Java. Paris dikenal dengan sebutan kota mode begitu pula Bandung yang dikenal dengan kota fashion (Baruna Tyaswara, 2017).

Kota Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai kota industry kreatif. Dibandingkan dengan kota lain, banyak sub-sector dari industry kreatif yang sangat berkembang di kota Bandung, salah satunya adalah industry clothing local atau fashion (Catharina Tan Lian, 2015). Di kota Bandung sektor industri pakaian jadi mengalami perkembangan yang signifikan dengan terus tumbuhnya dunia fashion yang ditandai dengan semakin maraknya event dan banyaknya gerai-gerai

pakaian jadi di berbagai tempat belanja terkemuka. Wisatawan yang datang ke kota Bandung tentunya akan semakin meningkat setiap tahunnya maka dari itu para pelaku usaha melihat peluang untuk membuka usaha di bidang industry pakaian jadi.

Persaingan yang sangat ketat pada bidang fashion di kota Bandung terutama pada bidang pakaian jadi, perusahaan bersaing dalam menawarkan produk yang dijual dengan berbagai macam cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Di dalam fashion itu sendiri terbagi atas beberapa jenis usaha antara lain pakaian, lifestyle, dan aksesoris. Jenis usaha pakaian itu sendiri berjenis seperti butik, clothing, factory outlet atau juga bisa menjadi produsen dari pakaian itu sendiri (Pabrik). Sedangkan untuk jenis usaha lifestyle diantaranya spa, barbershop, dan salon. Dan untuk jenis usaha aksesoris meliputi jam tangan, perhiasan, ttas, sabuk, topi, dompet, kaca mata dan lainnya. Berikut adalah table yang menunjukkan jumlah unit usaha subsector fashion di Bandung :

Tabel 1.1
Jumlah Fashion Di Kota Bandung

Jenis Fashion	Tahun 2019	Kenaikan %	Tahun 2020	Kenaikan %	Tahun 2021
Pakaian	675	15,1%	795	14,2%	928
Lifestyle	362	31,2%	475	42,1%	675
Aksesoris	263	50,1%	395	21,5%	480
Total	1.300		1.665		2.130

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung

Berdasarkan table 1.1 diatas menunjukkan bahwa perkembangan industri fashion di kota Bandung khususnya pada jenis industri pakaian mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, industri pakaian memiliki kuantitas terbesar

dibandingkan dengan industri lainnya, dan setiap tahun industri pakaian mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Hal ini menunjukkan bahwa pada jenis industri fashion khususnya pakaian memiliki jumlah pelaku usaha yang sangat banyak jika dibandingkan dengan subsektor lainnya. Serta industri fashion dalam bidang pakaian juga mengalami persaingan paling ketat dibandingkan dengan subsektor lainnya. Berdasarkan data tabel industri fashion di kota Bandung hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti industri fashion khususnya dalam bidang pakaian serta untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada industri tersebut.

Di Bandung, Jawa Barat terdapat sebuah kawasan salah satu pusat perbelanjaan pakaian di kota Bandung dengan harga yang relative terjangkau yang terdapat di MD Plaza Bandung. MD Plaza Bandung merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di kota Bandung, tempat ini lebih difokuskan untuk gaya fashion yang selalu trendi. MD Plaza Bandung dioperasikan secara resmi pada tanggal 5 November 2012. MD Plaza Bandung berlokasi di Jl. Dalem Kaum No. 48-52 Bandung. Jalan Dalem Kaum sendiri menjadi salah satu pusat perbelanjaan paling sibuk di kota Bandung.

Tabel 1.2
Perkembangan Pelaku Usaha di MD Plaza Bandung

No.	Tahun	Jumlah Pelaku Usaha
1.	2017	47
2.	2018	40
3.	2019	37
4.	2020	35
5.	2021	32

Sumber : Hasil Wawancara 2022

Dari data table 1.2 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 pelaku usaha di MD Plaza Bandung mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2017 terdapat 47 pelaku usaha, pada tahun 2018 terdapat 40 pelaku usaha, pada tahun 2019 terdapat 37 pelaku usaha, kemudian pada tahun 2020 terdapat 35 pelaku usaha dan pada tahun 2021 terdapat 32 pelaku usaha.

Dalam dunia berwirausaha, efikasi diri dan komitmen dalam berwirausaha merupakan hal yang sangat penting. Akan tetapi, tidak semua pelaku usaha mengetahui pengaruh efikasi diri dan komitmen dalam berwirausaha dengan baik. Dimana jika seorang pelaku usaha memiliki efikasi diri dan komitmen dalam berwirausaha maka usahanya akan mencapai sasaran. Kurangnya efikasi diri dan komitmen berwirausaha pada diri pelaku usaha menjadikan pelaku usaha tersebut akan mengalami kesulitan jika ingin usahanya agar mencapai sasaran atau target.

Dari penjelasan diatas, peneliti melakukan survey awal kepada 10 pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung guna mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai hal-hal yang menyangkut penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut hasil penyebaran survey awal yang dilakukan peneliti mengenai Efikasi Diri (X1).

Tabel 1.3
Survey Awal Pelaku Usaha Terhadap Efikasi Diri

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda yakin dengan kemampuan berwirausaha yang anda miliki?	3 30%	7 70%
2.	Apakah anda yakin dapat mengembangkan usaha ini?	6 60%	4 40%
3.	Apakah anda yakin usaha ini akan mencapai target?	4 40%	6 60%
4.	Apakah anda yakin dapat mengatasi situasi yang sulit pada saat menjalankan usaha?	6 60%	4 40%

Berdasarkan hasil survey awal pada 10 pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung tentang Efikasi diri, dapat dilihat terjadi masalah pada poin satu dan tiga. Pada poin pertama dimana 30% menjawab ya dan 70% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha tidak yakin akan kemampuan yang dimiliki dalam berwirausaha karena kurangnya rasa kepercayaan pada diri sendiri atas kemampuan dalam berwirausaha yang dimiliki, karena pelaku usaha merasa kurangnya kemampuan untuk belajar dalam suatu kegagalan, karena kurangnya focus untuk tetap memperhatikan tujuan akhir ketika keadaan menjadi sulit. Pada poin ketiga dimana 40% menjawab ya dan 60% menjawab tidak yang artinya sebagian besar para pelaku usaha tidak yakin bila usaha yang dijalankan akan mencapai target yang diinginkan pelaku usaha karena adanya rasa pesimis dalam diri pelaku usaha, karena selalu menjalankan segala hal dengan penuh kebingungan dan keraguan, karena kurangnya pengalaman dalam diri pelaku usaha, karena sebagian besar pelaku usaha baru memulai usahanya. Pada poin kedua tidak ada masalah dimana 60% menjawab ya dan 40% menjawab tidak yang artinya sebagian besar para pelaku usaha yakin akan dapat mengembangkan usahanya. Pada poin keempat tidak ada masalah dimana 60% menjawab ya dan 40% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha yakin akan dapat mengatasi masalah yang akan terjadi dalam usahanya.

Selain efikasi diri, variabel komitmen berwirausaha juga sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha yaitu seorang wirausaha selalu komitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil. Seorang wirausaha tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya, sehingga berani mengambil risiko

terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan artinya risiko yang di ambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Keberanian menghadapi risiko yang didukung oleh komitmen yang kuat, mendorong wirausaha untuk terus berjuang mencari peluang sampai ada hasil. Dari penjelasan tersebut peneliti melakukan survey awal pada 10 pelaku usaha pakaian MD Plaza Bandung tentang komitmen berwirausaha (X2).

Tabel 1.4
Survey Awal Pelaku Usaha Terhadap Komitmen Berwirausaha

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah keterlibatan anda dalam berwirausaha atas keinginan anda sendiri?	7 70%	3 30%
2.	Apakah anda akan terus mempertahankan usaha ini?	4 40%	6 60%
3.	Apakah anda merasa bangga atas pencapaian dalam usaha yang anda jalankan?	8 80%	2 20%

Berdasarkan hasil survey awal pada 10 pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung terjadi masalah pada poin dua dimana 40% menjawab ya dan 60% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha tidak akan melanjutkan atau mempertahankan usahanya karena sebagian besar pelaku usaha mengalami penurunan penjualan begitupun dengan berkurangnya pelanggan, karena banyak yang lebih memilih berbelanja online dibandingkan datang langsung ke tempat, karena sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki online shop dan ada beberapa yang hanya berjualan lewat whatsapp yang dimana tidak dapat menjangkau pasar yang lebih luas, karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi dan bagaimana menggunakan atau proses jual beli dalam online shop tersebut. Pada poin satu tidak ada masalah dimana 70% menjawab ya dan 30% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha dalam berwirausaha atas keinginan diri sendiri untuk

terlibat dalam berwirausaha karena suatu tanggung jawab yang harus dijalankan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada poin tiga tidak ada masalah dimana 80% menjawab ya dan 20% menjawab tidak, yang artinya sebagian besar pelaku usaha mempunyai rasa bangga dalam usahanya.

Tujuan dari pelaku usaha dalam berwirausaha yaitu ingin mewujudkan tingkat pencapaian dalam kegiatan usaha yang dijalankan, dimana pernyataan tersebut sesuai dengan pengertian dari kinerja usaha itu sendiri. Dari penjelasan tersebut peneliti melakukan survey awal pada 10 pelaku usaha pakaian MD Plaza Bandung tentang Kinerja Usaha (Y).

Tabel 1.5
Survey Awal Pelaku Usaha Terhadap Kinerja Usaha

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah laba yang diterima oleh anda setiap bulannya mengalami peningkatan?	3 30%	7 70%
2.	Apakah jumlah pelanggan anda semakin bertambah?	4 40%	6 60%
3.	Apakah penjualan anda semakin meningkat setiap bulannya?	4 40%	6 60%
4.	Apakah selama menjalankan usaha, asset yang anda miliki semakin bertambah?	7 70%	3 30%

Berdasarkan survey awal pada 10 pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung tentang Kinerja usaha, dapat dilihat terdapat masalah pada poin pertama, kedua dan ketiga. Pada poin pertama dimana 30% menjawab ya dan 70% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha tidak mengalami peningkatan laba pada usahanya karena penjualan yang semakin menurun dan persaingan yang ketat dalam dunia usahanya khususnya dibidang fashion, karena banyak remaja yang lebih tertarik berbelanja online di bandingkan datang langsung ke tempat penjualan

dan banyak juga yang menyukai barang-barang impor seperti fashion luar negeri, karena sebagian pelaku usaha tidak memiliki online shop dan ada beberapa yang hanya berjualan lewat whatsapp, karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi, kegunaannya serta bagaimana proses jual beli dalam online shop tersebut. Pada poin kedua terdapat masalah dimana 40% menjawab ya dan 60% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha tidak mengalami penambahan jumlah pelanggan karena banyak remaja yang lebih tertarik berbelanja online di bandingkan datang langsung ke tempat penjualan, karena sebagian besar pelaku usaha tidak mempunyai online shop yang dapat menjangkau pasar lebih luas, karena kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan teknologi. Pada pertanyaan ketiga terdapat masalah dimana 40% menjawab ya dan 60% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha tidak mengalami peningkatan dalam penjualan karena kurangnya pelanggan dan dunia usaha semakin ketat persaingannya terutama dalam dunia fashion, karena banyak remaja yang lebih tertarik berbelanja online di bandingkan datang langsung ke tempat penjualan, karena lebih beragam dan dapat melihat barang yang dicari tanpa langsung datang ke tempat penjualan, karena sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki online shop, karena kurangnya kemampuan tentang teknologi dan kurangnya memanfaatkan teknologi. Pada poin keempat terdapat masalah dimana 70% menjawab ya dan 30% menjawab tidak yang artinya sebagian besar pelaku usaha dalam menjalankan usahanya mendapatkan aset yang dimiliki semakin bertambah.

Berdasarkan penjelasan dari hasil survey awal pelaku usaha pakaian di MD

Plaza Bandung dapat disimpulkan bahwa efikasi diri pelaku usaha dan komitmen pelaku usaha dalam berwirausaha sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha agar kinerja usaha dapat berjalan dengan baik, maka dari itu peneliti bermaksud untuk membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH EFIKASI DIRI DAN KOMITMEN BERWIRAUSAHA TERHADAP KINERJA USAHA PADA USAHA PAKAIAN DI MD PLAZA BANDUNG”**.

1.2 Idenifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Efikasi Diri pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung, sebagian besar pelaku usaha tidak yakin akan kemampuan yang dimiliki dalam berwirausaha karena kurangnya rasa kepercayaan pada diri sendiri, karena merasa kurangnya kemampuan untuk belajar dalam suatu kegagalan, karena kurangnya focus untuk tetap memperhatikan tujuan akhir ketika keadaan menjadi sulit dan sebagian besar para pelaku usaha tidak yakin bila usaha yang dijalankan akan mencapai target karena adanya rasa pesimis, karena selalu menjalankan segala hal dengan penuh kebimbangan dan keraguan, karena kurangnya pengalaman dalam diri pelaku usaha, karena sebagian besar pelaku usaha baru memulai usahanya.
2. Komitmen Berwirausaha pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung, sebagian besar pelaku usaha mengalami penurunan penjualan dan berkurangnya

pelanggan, karena banyak yang lebih memilih berbelanja online dibandingkan datang langsung ke tempat, karena sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki online shop dan ada beberapa yang hanya berjualan lewat karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi dan bagaimana menggunakan atau proses jual beli dalam online shop tersebut.

3. Kinerja Usaha pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung, sebagian besar pelaku usaha tidak mengalami peningkatan laba pada usahanya karena penjualan yang semakin menurun, tidak mengalami penambahan jumlah pelanggan karena persaingan yang sangat ketat, dan tidak mengalami peningkatan dalam penjualan karena kurangnya pelanggan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang sudah diidentifikasi di atas maka penjabaran rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Efikasi Diri pada pelaku Usaha Pakaian di MD Plaza Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Komitmen Berwirausaha pada pelaku Usaha Pakaian di MD Plaza Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada pelaku Usaha Pakaian di MD Plaza Bandung
4. Seberapa besar pengaruh Efikasi Diri dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha secara simultan dan parsial pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk pengumpulan data, fakta dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam rumusan masalah mengenai Efikasi Diri dan Komitmen Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha dan di interpretasikan guna untuk usulan peneliian di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Pengaruh Efikasi Diri pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Pengaruh Komitmen Berwirausaha pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Pengaruh Kinerja Usaha pada pelaku usaha pakaian di MD Plaza Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Efikasi Diri dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Pakaian di MD Plaza Bandung baik secara parsial maupun simultan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Pengembang Ilmu

Penelitian ini dapat digunakan dalam bidang pengembangan ilmu

mengimplementasikan ilmu baru dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis yang berguna dalam meningkatkan dan menilai kinerja usaha itu sendiri dan terkhusus untuk Manajemen Bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti yaitu sebagai indikator untuk mengembangkan kemampuan keilmuan dalam melakukan penelitian, meningkatkan skill dalam melakukan penelitian dan sebagai bahan evaluasi terhadap keterampilan dan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian.

3. Bagi Peneliti Lain

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti lain yaitu sebagai salah satu referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Pengembang Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai perbandingan antara ilmu manajemen yang sudah ada untuk diterapkan pada dunia usaha secara nyata serta dapat menguntungkan semua pihak. Dan penelitian ini dapat digunakan dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis yang berguna dalam meningkatkan kinerja usaha itu sendiri dan terkhusus untuk spesialisasi manajemen bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai salah satu masukan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan masalah yang sama dan juga menjadi bahan

bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan Efikasi Diri dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti khususnya mengenai apa itu Efikasi diri dan Komitmen Berwirausaha serta apa hubungannya dengan Kinerja Usaha sebagai perilaku yang nyata dengan menerapkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan membandingkan dengan kenyataan yang ada di lapangan. Serta melatih kemampuan dalam menganalisa suatu masalah dan berfikir sistematis.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti mengadakan penelitian pada usaha pakaian di MD Plaza Bandung yang beralamat di Jalan Dalem Kaum No. 48-52 Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Dalam menyusun data dan informasi untuk proposal usulan penelitian usaha pakaian di MD Plaza Bandung dilakukan selama 5 (lima) bulan dari bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022.

Tabel 1.6
Waktu Penelitian

No.	Uraian	Waku Kegiatan																			
		April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus 2022			
		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 peneliian			■																	
3.	Mencari data				■	■	■	■	■												
4.	Membuat proposal					■	■	■	■												
5.	Seminar									■											
6.	Revisi										■										
7.	Penelitian lapangan											■	■	■	■	■	■	■			
8.	Bimbingan											■	■	■	■	■	■	■			
9.	Sidang																	■	■	■	■