

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbagai macam usaha yang dilakukan oleh manusia demi menjalankan kehidupan sehari - hari untuk memenuhi kebutuhan semasa hidup. Dengan demikian banyak UMKM yang baru memulai usaha baru di masa “New Normal” ini akibat terjadinya pandemic COVID-19 yang sudah berlalu dan pandemic tersebut mengakibatkan penurunan perekonomian masyarakat sehingga manusia itu harus mempunyai potensi berwirausaha untuk keberlangsungan hidup mereka dengan salah satunya memulai usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang mempunyai peran penting untuk menaikkan kembali perekonomian masyarakat.

Tidak sedikit bagi mereka yang baru memulai usaha mikro,kecil dan menengah (UMKM) menemui berbagai macam masalah saat usaha tersebut berjalan. Banyak dari mereka yang memerlukan bantuan dari pihak luar demi keberlangsungan usaha dan hidup mereka. Maka dari itu pentingnya bagi wirausaha dapat mengatasi berbagai macam masalah yang akan muncul di masa yang akan datang maupun saat ini. Sehingga usaha tersebut dapat tetap berjalan dengan semestinya untuk keberlangsungan hidup mereka demi menaikkan perekonomian bangsa. Negara berkembang seperti Indonesia ini tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan besar saja sebagai motor penggerak, tetapi diperlukan pula keterlibatan dari UMKM yang memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, karena berkontribusinya terhadap pertumbuhan produk domestik bruto dan dalam menyerap banyak tenaga kerja (Tambunan, 2012).

Dengan banyaknya wirausaha yang sukses maka perekonomian nasional juga akan melonjak naik maka dari itu demi menaikkan perekonomian nasional wirausaha harus mempunyai pengetahuan yang dapat membuat wirausaha tersebut menjadi sukses. Banyak dari wirausahawan yang sukses dapat mengatasi berbagai macam masalah yang dihadapi wirausahawan tersebut. Apabila dikaitkan dengan perannya selama masa

pandemic COVID-19 yaitu berfungsi sebagai penyangga terhadap ketahanan perekonomian masyarakat dan bahkan berfungsi juga sebagai ketahanan sosial, karena melalui keberadaannya inilah banyak harapan dibebankan terutama dalam masalah kegiatan perekonomian, khususnya sebagai sumber pendapatan masyarakat yang sekarang sudah menjadi “New Normal” yang diharapkan para pengusaha dapat menaikkan kembali perekonomian tersebut. Menurut Abdul Halim (2020) Kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional.. Usaha kecil dan menengah (UKM) membentuk tulang punggung ekonomi potensial dari banyak daerah dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pekerjaan daripada perusahaan besar (Chin, Hamid, Rasli, & Tat, 2014).

Alasan penulis memilih tempat penelitian di Sentra sepatu Cibaduyut dikarenakan Sentra Sepatu Cibaduyut mempunyai sejarah yang sangat terkenal sejak tahun 1920-an dengan adanya berbagai macam sepatu khususnya sepatu kulit yang menjadi icon Sentra sepatu Cibaduyut sehingga pemerintah membuat tugu sepatu pantofel untuk lelaki dan perempuan di tengah – tengah dekat tiang lampu merah Jalan Soekarno Hatta.

Kendala utama yang ada di Sentra sepatu Cibaduyut adalah pelaku usaha masih kesulitan dalam hal mengatasi persaingan yang terjadi antar pelaku usaha, dan pelaku usaha masih kesulitan dalam mengambil peluang – peluang yang ada. Persaingan yang ada yaitu dari persaingan produk yang dijual relative sama mengingat Sentra sepatu Cibaduyut itu mempunyai sepatu khusus yaitu sepatu kulit yang sudah terkenal sejak tahun 1920-an yang dijadikan sebagai icon Sentra sepatu Cibaduyut, selain itu ada kendala berikutnya ialah tidak adanya keunikan dari produk yang dijual, pelaku usaha menekankan penjualan sepatu di Cibaduyut ini mengikuti awal mula Sentra sepatu Cibaduyut ini terkenal yaitu produk sepatu kulit hingga saat ini pelaku usaha menambahkan produk selain sepatu, yaitu jaket kulit, dompet kulit, ikat pinggang yang terbuat dari kulit, dan banyak lainnya produk yang terbuat dengan bahan dasar kulit, akan tetapi penjualan tersebut tetap mengalami kendala dikarenakan dunia saat ini

sedang mengalami pemulihan akibat adanya pandemic COVID-19 yang sudah berlalu sehingga parawisatawan dari luar kota masih belum berdatangan ke Cibaduyut untuk membeli sepatu dan produk lainnya.

Kota Bandung memiliki potensi industri, baik industri skala besar, sedang, kecil maupun mikro. Dengan demikian sector industry ini dapat menyerap tenaga kerja yang besar sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

Tabel 1. 1
IKM di Kota Bandung

No	Bidang Usaha	Sektor Industri	Jumlah Unit Usaha
1	Makanan	Industri Pemindangan	25
		Ikan	
		Industri Produk Roti dan Kue	13
		Industri Tahu Kedelai	29
		Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan sejenisnya	68
	Industri Produk Makanan Lainnya	10	
2	Hasil Hutan dan Perkebunan	Industri Furnitur dari Kayu	15
3	Aneka dan Kerajinan Jawa Barat	Industri Alas Kaki	577
		Industri Barang dari Kulit	53
		Industri Mainan Anak – Anak	65

		Industri Pengolahan Lainnya YTDL	8
4	Kimia	Industri Percetakan Umum	21
5	Logam	Industri Mesin dan Perkakas Mesin untuk Pengerjaan Logam	104
		Industri Oven, Perapiandan Tungku Pembakar Sejenis yang Tidak Menggunakan Arus Listrik	7
		Industri Alat Potong dan Perkakas Tangan yang digunakan dalam Rumah Tangga	40
		Jasa Industri untuk berbagai Pengrajin Khusus Logam dan barang dari Logam	21
6	Tekstil	Industri Pakaian Jadi	306
		Industri yang Menghasilkan Kain Keperluan Industri	313
		Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil	618
		Industri Keperluan Rumah Tangga	24

7	Transportasi	Industri Suku Cadang dan Aksesoris Kendaraan Bermotor Roda Empat Atau Lebih	69
		Industri Komponen dan Perlengkapan Sepeda motor Roda Dua dan Tiga	15

Sumber : disdagin.bandung.go.id

Berdasarkan data diatas kita mengetahui bahwa di Kota Bandung ini memiliki beberapa industry aktif dengan adanya bidang usaha makanan yang berindustrykan 5 sektor yaitu pemindangan ikan sebanyak 25 unit usaha, industry produk roti dan kue sebanyak 13 unit usaha, industry tahu kedelai sebanyak 29 unit usaha, serta industry kerupuk, keripik, peyek dan lainnya sebanyak 68 unit usaha. Selanjutnya ada dalam bidang usaha hasil hutan dan perkebunan yang hanya memiliki satu sector industry di Kota Bandung yaitu industry furniture dari kayu yang mempunyai jumlah unit usaha sebesar 15 dan yang terakhir dalam bidang usaha data diatas ialah aneka dan kerajinan Jawa Barat, yang pertama ialah industry alas kaki yang mempunyai jumlah unit usaha sebanyak 577 unit, industry barang dari kulit sebanyak 53 unit usaha, industry mainan anak – anak sebanyak 65 unit usaha, dan yang terakhir ada industry pengolahan lainnya sebanyak 8 unit usaha. Dan masih banyak lagi untuk IKM di Kota Bandung pada bidang kimia, logam, tekstil dan transportasi.

Data yang mempunyai jumlah unit usaha yang paling tinggi adalah industry alas kaki yang mempunyai jumlah unit usaha sebanyak 577 , sehingga untuk bahan penelitian ini adalah industry alas kaki dengan kata lain ialah sandal dan sepatu.

Berikut ini hasil survey awal variable Keunggulan Bersaing

Tabel 1. 2
Survey Awal Keunggulan Bersaing

Pertanyaan		Jawaban			
		YA	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah sepatu yang anda jual mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan produk pesaing?	8	40%	12	60%
2	Apakah harga sepatu yang anda jual lebih rendah dari harga pesaing?	5	25%	15	75%
3	Apakah produk yang anda jual tidak dapat digantikan oleh produk lain yang memiliki keunggulan yang sama?	11	55%	9	45%
4	Apakah produk yang anda jual mempunyai kualitas dibandingkan produk pesaing?	10	50%	10	50%
5	Apakah perusahaan anda sudah melakukan pengembangan produk baru dibandingkan produk pesaing?	15	75%	5	25%

Sumber : pelaku usaha sentra sepatu Cibaduyut

Berdasarkan hasil survey awal tentang keunggulan bersaing sentra sepatu cibaduyut yang dilakukan kepada 20 responden pelaku usaha, terdapat masalah pada factor-faktor yang terjadi yaitu pada keunikan produk yang dimiliki oleh pelaku usaha, sebesar 60% mengatakan bahwa produk yang dijual tidak memiliki keunikan tersendiri dibandingkan

dengan para pesaing dan sebanyak 40% responden menyatakan bahwa produk yang mereka jual memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan para pesaing yang lain.

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan dengan pelaku usaha tidak adanya keunikan produk dibandingkan dengan para pesaing itu disebabkan oleh mereka hanya memproduksi sepatu apa yang sudah ada ditoko mereka sendiri dengan menimalisirkan waktu dalam bagian produksi pembuatan sepatu untuk toko mereka, dengan maksud mempercepat waktu pembuatan agar mencapai target yang sudah ditentukan oleh mereka, dan untuk pembuatan sepatu terbaru mereka hanya melakukan disaat trend atau viral pada masanya yang akan muncul dan dana mereka sudah terpenuhi serta target yang sudah ditentukan oleh mereka sudah tercapai dari berbagai macam sepatu dan ukuran dari tiap type sepatu yang mereka jual. Mereka menganggap apabila membuat produk baru pada toko mereka akan menambah pengeluaran dan waktu hal tersebut tidak diinginkan oleh mereka yang sudah mengetahui naik turunnya penjualan mereka, sehingga mereka melakukan hal tersebut disaat penjualan mereka naik.

Berdasarkan survey awal pada 20 responden, sebesar 75% responden pelaku usaha menyatakan bahwa harga yang mereka tawarkan tidak lebih rendah dari harga para pesaing yang ditawarkan kepada pelanggan, dan 25% responden menyatakan bahwa produk yang mereka tawarkan harganya sudah lebih rendah dibandingkan apa yang ditawarkan oleh para pesaing.

Dari hasil survey awal yang dilakukan dengan 20 pelaku usaha mengenai harga yang ditawarkan tidak lebih rendah daripada pesaing disebabkan oleh kualitas dan bahan baku yang berbeda dan bahan baku yang digunakan relative lebih besar dari modal yang dikeluarkan dibandingkan dengan para pesaing, mengapa mereka menggunakan bahan baku yang relative lebih besar dikarenakan mereka ingin menjual produk yang terbaik sehingga para pelanggan yang sudah membeli mengetahui kualitas dari produk mereka tersebut, sehingga mereka akan menjadi pelanggan tetap dan hal tersebut adalah keuntungan bagi pelaku usaha.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada indikator keunggulan bersaing ini diperlukan pembenahan, oleh sebab itu salah satu dari indikasi keunggulan bersaing yaitu keunikan produk masih belum dapat dicapai, dimana seharusnya para pelaku usaha mampu menciptakan karakter sepatu mereka sendiri dan berbeda dari pesaing yang lain, sehingga perusahaan mendapatkan ciri khas tersendiri yang dapat memikat para pelanggan. Untuk dapat mencapai keunggulan bersaing pada saat ini diperlukan adanya factor pendukung seperti orientasi kewirausahaan serta orientasi pasar, dimana orientasi kewirausahaan berfokus pada pengambilan keputusan yang mendorong kearah baru terhadap inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan perusahaan, sedangkan orientasi pasar memfokuskan pada pelanggan dengan catatan perusahaan dapat lebih focus terhadap kemampuannya untuk menarik perhatian pelanggan. Sehingga dalam ke-dua hal itu pelaku usaha mengetahui kekuatan serta kelemahan pesaing yang dibutuhkan dalam keunggulan bersaing agar tidak tertinggal dari para pesaing dan dapat bertahan dalam menjalankan usaha bisnis mereka sendiri.

Berikut ini hasil survey awal variable Inovasi Produk

Tabel 1. 3
Survey Awal pada Inovasi Produk

Pertanyaan		Jawaban			
		YA	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah ada penambahan desain baru dalam produk yang anda jual?	9	45%	11	55%
2	Apakah sepatu yang anda jual adalah hasil tiruan?	12	60%	8	40%
3	Apakah produk sepatu anda merupakan produk baru?	13	65%	7	35%
4	Apakah perusahaan anda menyediakan keinginan dan kebutuhan pelanggan	10	50%	10	50%

	dibandingkan dengan para pesaing?				
5	Apakah produk yang anda jual bervariasi?	16	80%	4	20%

Sumber : pelaku usaha sentra sepatu Cibaduyut

Berdasarkan hasil survey awal diatas mengenai inovasi produk pada sentra sepatu cibaduyut, terdapat masalah pada factor terkait penambahan desain baru sebanyak 55% mengatakan bahwa mereka tidak menambahkan desain baru dan sebanyak 45% menyatakan bahwa mereka sudah menambahkan suatu desain baru kepada produk mereka.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha menyatakan bahwa penambahan desain pada produk masih jarang dilakukan dikarenakan dalam penambahan desain hanya mengikuti tren yang sedang berlangsung dan permintaan konsumen agar produk dapat laku terjual dengan pesat, seperti membuat desain dari berbagai macam pilihan seperti slip on, pantofel, gino mariani, mukasi, sneakers, dan masih banyak lainnya atau sepatu yang digunakan oleh beberapa selebgram serta artis terkenal yang sedang banyak diminati oleh masyarakat sehingga dalam penambahan desain terjadi hanya saat tren tersebut berubah, dan mereka mengikuti trend-trend tersebut untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan mendapatkan kenaikan omset berkali lipat. Mereka mengikuti tren – tren tersebut berpikir dengan adanya pengeluaran dana tertentu akan tertutupi dengan keuntungan lebih jelas apabila desaign tersebut mengikuti tren pada saat itu juga daripada mereka membuat desain yang tidak mengikuti tren yang sedang berlangsung.

Pada factor terkait produk adalah hasil tiruan, sebanyak 60% menyatakan bahwa mereka menjual produk dari hasil tiruan yang sudah ada sebelumnya, dan sebanyak 40% mengatakan produk mereka bukanlah produk dari hasil tiruan.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan pelaku usaha menyatakan bahwa produk yang mereka jual merupakan produk tiruan yang sudah ada sebelumnya, hal itu terjadi

karena pelaku usaha hanya meniru dari desain sepatu yang sudah tersebar luas dipasaran dan laku terjual untuk mendapatkan keuntungan. Pelaku usaha menirukan produk dikarenakan, pelaku usaha juga mengikuti tren yang sedang berlangsung, sehingga sepatu mereka dimiliki oleh para pesaing lain, walaupun hanya berbeda di beberapa corak desain tetapi produk mereka memiliki kesamaan yang besar pada produk yang mereka jual, selain itu pelaku usaha tidak mau mengambil resiko untuk pembuatan produk terbaru, dikarenakan biasanya produk terbaru itu mempunyai kelebihan dan kekurangan yang tidak pelaku usaha ketahui, sehingga mereka tidak mau mengambil resiko tersebut yang akan menyebabkan turunnya kehilangan kepercayaan dari para pelanggan. Dimana seharusnya pelaku usaha menambahkan produk baru atau ciri khas perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan dan mengingat apa kebutuhan pelanggan yang selalu berubah-ubah dan mengeluarkan produk terbaru serta memamerkan produk terbaru mereka tersebut kepada orang-orang terpercaya yang dapat menilai kelebihan serta kekurangan pada produk terbaru tersebut dengan maksud untuk mengetahuinya dan untuk menjaga nama toko mereka apabila produk tersebut memiliki kekurangan yang lebih besar dibandingkan dengan kelebihan produk tersebut, sehingga untuk produksi produk terbaru akan ditingkatkan kembali dari yang sebelumnya. Akan tetapi mereka tidak mau mengambil resiko untuk memproduksi sepatu yang berada diluar trend. Mereka tidak mau mengambil resiko dikarenakan situasi perekonomian mereka sedang perlahan menjadi normal setelah saat ini situasi pandemi COVID-19 sudah mereda dan menjadi "New Normal" dan mereka tidak mau adanya pembuatan produk baru yang tidak pelaku usaha ketahui kelebihan dan kekurangannya sehingga mereka tidak mau mengambil resiko terkait penambahan produk terbaru di usaha mereka. Sehingga mereka mau untuk mengambil resiko itu disaat perekonomian mereka membaik dari akibat COVID-19 serta telah mengetahui kekurangan dan kelebihan dari produk terbaru itu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada indicator variable inovasi produk di sentra sepatu Cibaduyut masih diperlukan pembenahan terkait indikasi dari inovasi produk yaitu perluasan produk dan produk masih belum dapat terpenuhi.

Berikut ini hasil survey awal variable Orientasi Kewirausahaan

Tabel 1. 4

Survey Awal Orientasi Kewirausahaan

Pertanyaan		Jawaban			
		YA	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah anda selalu memantau tren yang sedang berlangsung?	17	85%	3	15%
2	Apakah anda melakukan promosi serta distribusi produk?	15	75%	5	25%
3	Apakah anda berani memproduksi sepatu melebihi produksi dari yang ditargetkan untuk mengantisipasi adanya kenaikan permintaan pelanggan?	4	20%	16	80%
4	Apakah anda mau mengeluarkan dana lebih untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk?	9	45%	11	55%
5	Apakah anda mempunyai cadangan investasi khusus untuk pengembangan produk?	10	50%	10	50%

Sumber : pelaku usaha sentra sepatu Cibaduyut

Berdasarkan hasil survey awal pada variable orientasi kewirausahaan pada sentra sepatu di Cibaduyut, terdapat masalah pada factor yang terkait dengan pengambilan resiko terhadap produksi sepatu yang melebihi target yang sudah ditetapkan untuk mengantisipasi adanya kenaikan permintaan pelanggan 80% pelaku usaha menyatakan

bahwa mereka tidak berani untuk memproduksi sepatu melebihi target yang sudah ditentukan, dan sebanyak 20% menyatakan bahwa mereka berani untuk mengambil resiko atas produksi yang melebihi target yang sudah ditetapkan untuk mengantisipasi permintaan pelanggan yang akan meningkat.

Hasil wawancara yang dilakukan terkait masalah diatas dan pelaku usaha menyatakan bahwa dalam hal mengantisipasi kenaikan permintaan pelanggan yang belum pasti dapat merugikan perusahaan apabila permintaan tersebut tidak naik, dan pelaku usaha lebih mengalirkan dananya terhadap kegunaan lain yang sedang dibutuhkan oleh perusahaan mereka, dikarenakan kegunaan lain dapat menguntungkan perusahaan dengan lebih jelas, dana tersebut dialirkan kepada kegunaan lainnya dibandingkan mengambil resiko untuk menaikkan produksi dari target yang sudah ditentukan, sehingga dalam hal antisipasi kenaikan permintaan pelanggan hanya dilakukan saat perusahaan mempunyai dana lebih untuk dialirkan ke produksi permintaan tersebut.

Pada factor pengambilan resiko untuk mengeluarkan dana lebih dalam hal meningkatkan kualitas dan kuantitas suatu produk 55% pelaku usaha menyatakan bahwa mereka tidak mau untuk mengambil resiko tersebut, dan sebanyak 45% menyatakan bahwa sebagian sepatu yang mereka jual akan ditingkatkan dalam hal kualitas dan kuantitas sepatu tersebut untuk mendapatkan keunggulan bersaing serta orientasi kewirausahaan tersebut dapat terlaksana.

Hasil wawancara tersebut dengan pelaku usaha menyatakan bahwa dalam pengambilan resiko terkait meningkatkan kualitas dan kuantitas suatu produk jarang dilakukan dikarenakan sudah banyak berbagai macam variasi sepatu serta ukuran sepatu dan desain – desain sepatu yang sudah terkenal dengan kualitas dan kuantitas yang sangat baik dan yang menjadi alasan ke-dua bagi para pelaku usaha yaitu kurangnya dana yang teralir untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas suatu produk mereka, sehingga sepatu yang mereka jualpun tidak ada peningkatan kualitas dan kuantitas. Mereka lebih memilih untuk tetap menjual dan memasarkan sepatu yang sudah ada dengan kualitas dan kuantitas yang mereka biasa produksi dan untuk dana lebih memilih

mengalirkan dana untuk kegunaan yang lain untuk meningkatkan kinerja perusahaan mereka agar menjadi lebih baik lagi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada indicator variable orientasi kewirausahaan ini di sentra sepatu Cibaduyut masih perlu ada pembenahan terkait indikasi dari orientasi kewirausahaan yaitu pelaku usaha harus berani mengambil sebuah resiko untuk dapat meningkatkan hasil penjualan yang secara tiba – tiba melonjak tinggi akibat permintaan konsumen yang tidak dapat ditebak dan tidak adanya pesaing lain yang mau untuk mengambil keputusan tersebut.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam skripsi dengan judul **“PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (SENTRA SEPATU DI CIBADUYUT)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis melakukan identifikasi masalah dari latar belakang penelitian yang penulis lakukan dan mendapatkan hasil identifikasi sebagai berikut:

1. Sebagian besar pelaku usaha sepatu di Cibaduyut tidak mempunyai ciri khas atau keunikan produk tersendiri
2. Industri sepatu di Cibaduyut menjual sepatu dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan harga sepatu pesaing
3. Sebagian besar pelaku usaha sepatu di Cibaduyut tidak mempunyai penambahan desain pada produk yang dijual
4. Industri sepatu di Cibaduyut memproduksi dan menjual sepatu tiruan yang sudah ada sebelumnya dipasaran
5. Industri sepatu di Cibaduyut tidak berani mengambil tindakan untuk memproduksi sepatu melebihi target yang sudah ditentukan

6. Sebagian besar pelaku usaha sepatu di Cibaduyut tidak mau mengeluarkan dana lebih untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Sentra Sepatu di Cibaduyut
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Sepatu di Cibaduyut
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Sepatu di Cibaduyut
4. Seberapa besar Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Sepatu di Cibaduyut baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Sepatu di Cibaduyut.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Sentra Sepatu di Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Sepatu di Cibaduyut.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada Sentra Sepatu di Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Sentra Sepatu di Cibaduyut baik secara parsial maupun simultan.

