

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki berbagai sumber daya yang melimpah, dengan sumber daya alam ataupun sumber daya manusianya. Tetapi dengan segala kekayaan melimpah yang dimiliki Indonesia dari jaman dahulu kala, Indonesia masih dalam kategori negara berkembang. Dalam era globalisasi sekarang, dunia bisnis menghadapi lingkungan yang cenderung memiliki persaingan ketat antara pelaku usaha yang juga memproduksi produk sejenis. Setiap perusahaan berusaha untuk tetap hidup, berkembang, & bersaing dengan kompetitorinya.

Dalam era globalisasi sekarang ini, dunia bisnis menghadapi lingkungan yang cenderung memiliki persaingan ketat antara pelaku usaha yang memproduksi produk sejenis. Setiap perusahaan berusaha untuk tetap dapat hidup, berkembang, dan mampu bersaing dengan kompetitorinya. Saat ini sektor industri kecil dan menengah merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian bagi pemerintah maupun kalangan masyarakat luas dalam usaha membangkitkan kembali perekonomian nasional yang terpuruk. Maju mundurnya industri kecil di Indonesia turut mempengaruhi perekonomian Indonesia. Terkait dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) peningkatan kompetensi penting dilakukan agar Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM di Indonesia siap dan mampu menghadapi era pasar bebas. Dengan segala perkembangan UMKM di setiap daerah memiliki program

perkembangan yang berbeda, seperti halnya pemerintahan Kota Bandung, sejak berdirinya Kota Bandung banyak program dan pembangunan infrastruktur yang dikembangkan oleh pemerintah kota Bandung untuk menjadikan Bandung sebagai kota yang maju dengan perekonomian yang baik karena Kota ini menjadi pusat berjalannya roda perekonomian di Provinsi Jawa Barat dan memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi di level nasional. Dalam melihat aspek ekonomi di Kota Bandung tentunya tidak terlepas dari yang namanya propinsi jumlah penduduk, struktur dan dinamika penduduk kota Bandung. Karena hal tersebut sangat memiliki pengaruh terhadap berjalannya roda perekonomian dan berkembangnya suatu Kota. Menurut data yang ada di dalam Badan Pusat Statistik Kota Bandung dan Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian dalam Negeri mencatat jumlah penduduk di Kota Bandung mencapai 2,53 juta penduduk hingga tahun 2021 berada di Usia Produktif yang berperan terhadap berjalannya perekonomian. Masyarakat Kota Bandung yang berada di Usia Produktif memiliki kreativitas yang tinggi dalam mengembangkan usaha kecil baik usaha makanan hingga sentra industri tekstil. Perlu diketahui bahwa UMKM menjadi salah satu hal penting yang berpengaruh terhadap kondisi perekonomian di suatu daerah karena menurut Badan Pusat Statistik, UMKM di Indonesia telah menyumbang PDB sekitar 57,9%, pemanfaatan tenaga kerja sebesar 97,2%, ekspor non migas 19,9% dan tentunya hal ini berdampak pada terbukanya lapangan kerja baru bagi 9,6 juta orang. Di Jawa Barat Sendiri, pemerintah sedang berupaya untuk meningkatkan kualitas dan menargetkan terbukanya 100.000 UMK yang nantinya bisa membantu kesejahteraan

masyarakat Jawa Barat dan membantu mengurangi jumlah pengangguran masyarakat Jawa Barat. Harapan yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Bandung dalam menjadikan UMKM sebagai salah satu proyek yang meningkatkan perekonomian Kota Bandung ternyata belum bisa di realisasikan dengan mudah, karena mulai tanggal 1 Januari 2016 lahirlah sebuah system perdagangan bebas di ASEAN yang bernama Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang dibentuk untuk membuat kawasan Asia Tenggara mengalami perkembangan ekonomi yang pesat, mengurangi kesenjangan social dan mengurangi angka kemiskinan. Namun perlu diketahui, adanya MEA ternyata membuat para pelaku UMKM yang mayoritas bukan dari kalangan elit dan berpendidikan tinggi merasa khawatir jika strategi pemasaran dan nilai jual yang dihasilkan oleh pelaku MEA bisa menggeser posisi mereka di pasar local maupun global yang nantinya malah membuat bangkrut usaha mereka dan berdampak pada lemahnya perekonomian.

Kota Bandung merupakan salah satu kawasan industri dan UMKM yang besar, banyak disekitaran jalan Kota Bandung terletak industri – industri yang tersebar. Sentra industri adalah pengelompokkan industri-industri yang sejenis atau berkaitan erat diantara industri tersebut di dalam suatu wilayah tertentu. Sentra industri tentu berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Sentra industri di Kota Bandung merupakan sentra industri yang cukup maju dan dapat mengurangi pengangguran karena penyerapan tenaga kerja nya yang cukup banyak. Seperti yang terdapat pada Dinas Koperasi UKM &

Perindustrian Perdagangan Kota Bandung menyebutkan bahwa sentra berpotensi yang terdaftar adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Sentra Industri di Kota Bandung

No	Nama-Nama Sentra Industri
1	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2	Sentra Industri Rajut di Margasari
3	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7	Sentra Industri Kain textile di Jalan Tamim
8	Sentra Industri Produk textile di cigondewah
9	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10	Sentra Industri Sablon Kaos di Suci
11	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12	Sentra Industri Ikan pindang di Cijaura
13	Sentra Industri Opak di Cigondewah

14	Sentra Industri Roti di Kopo
15	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaeur
17	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracandong
23	Sentra Industri Oven di Cimindi
24	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25	Sentra Industri Kasur di Cigondewa
26	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27	Sentra Industri Percetakan di Pagarsih
28	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30	Sentra Industri Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung tahun 2021

Menurut Rahma Wahdiniwaty et al., (2019:60) menyimpulkan bahwa ada tiga sektor industri kreatif yang mempunyai potensi usaha paling besar. Urutan pertama adalah sector industry kreatif kerajinan, kedua adalah industry kuliner, dan ketiga adalah fashion.

Salah satu nya terletak di Jalan Tamim, Sentra ini menyediakan Kain seperti katun, batik, denim, hingga bahan spre. Dengan tersebarnya sentra kain di sekitar jalan tamim, maka banyaknya juga persaingan ketat diantara para pelaku usaha. Semakin berjamurnya sentra kain di Jalan Tamim mendorong semakin tingginya pertumbuhan toko tekstil yang menyebabkan persaingan lebih tinggi, sehingga akan berdampak pada suatu keharusan para pelaku usaha untuk lebih mengikuti trend pasar dan memaksa harus lebih kreatif dan inovasi serta harus benar - benar mempunyai kompetensi kewirausahaan yang tinggi untuk bersaing dan menjual serta memasarkan produk sesuai selera konsumen agar mencapai pada keberhasilan usaha. Maka dari itu pemilik usaha kain harus memiliki kepercayaan diri atas kemampuannya buat bisa sanggup membuat kain yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan keberanian mengambil resiko yang bertenaga agar dapat bekerja keras serta bertahan pada persaingan pasar yang juga semakin ketat.

Selain itu, para pelaku usaha di Sentra Kain JL Tamim merasa tersaingi oleh adanya pusat perbelanjaan Sentra Kain Cigondewa di bagian selatan Bandung, yang letaknya berbatasan dengan Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung, dimana pusat perbelanjaan tersebut pun memiliki popularitas di mana jika kita melakukan pencarian melalui internet “sentra kain bandung” sebagian kutipan yang berada di internet akan mengarahkan sentra

kain Cidondewa menjadikan dimana hal itu menjadikan sentra kain Jalan tamim sedikit tidak unggul dalam hal tersebut. Semakin ketatnya persaingan, para pelaku usaha di Sentra Kain JL Tamim harus memiliki inovasi yang semakin maju serta tepat dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Kunci penting untuk keberhasilan terletak pada kemampuan usaha untuk menciptakan keunggulan bersaing didalam mencapai sasaran usaha.

Sehubungan dengan hal ini, penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner kepada 15 responden pelaku usaha pada *Sentra Kain* Jalan Tamin di kota Bandung mengenai variabel yang diteliti. Berikut adalah hasil survey awal mengenai variable Keunggulan Bersaing:

Tabel 1. 2
Hasil Survey Awal Keunggulan Bersaing

Pertanyaan	Responden dengan jawaban Ya		Responden dengan jawaban Tidak	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Apakah produk yang anda jual memiliki kualitas yang lebih baik dibanding penjual yang lain?	9	60%	6	40%
Apakah anda pernah menciptakan/menemukan inovasi baru pada teknis	3	20%	12	80%

usaha anda dibanding pesaing?				
Apakah anda telah melakukan pekerjaan secara efisien?	8	53%	7	47%
Apakah anda selalu mendapatkan tanggapan positif dari pelanggan?	8	53%	7	47%
Keunggulan bersaing		46%		54%

Sumber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha di Sentra Kain Jalan Tamim Bandung

Hasil survey dengan beberapa pelaku usaha di Sentra Kain tentang variabel keberhasilan usaha pada 15 pelaku usaha Sentra Kain di Jalan Tamim Bandung. Dapat dilihat bahwa pada hasil dari kuesioner tersebut dapat menghasilkan permasalahan yaitu “Apakah anda pernah menciptakan/menemukan inovasi baru pada teknis usaha anda dibanding pesaing?” yang 80% pelaku usaha menjawab tidak, dikarenakan setelah melakukan survey harga dari 15 pelaku usaha hanya 3 pelaku usaha yang telah melakukan teknis inovasi lebih unggul dan hal itu disebabkan oleh kurangnya inovasi yang baru pada teknis pemasaran produk, selain itu juga setelah melakukan wawancara sebagian para pelaku usaha hanya lulusan smp – sma dimana itu menyebabkan pelaku kesulitan menemukan inovasi baru dalam usaha mereka. Danica Elma Edwina dan Rahma Wahdiniwaty (2019:44) menyatakan bahwa pelaku usaha membutuhkan banyak inovasi untuk mengembangkan bisnis. Pada indikasi

pelaku umkm di *Sentra Kain* Jalan tamim belum memiliki keunggulan bersaing dari rata rata persentase para responden hanya 46% responden yang memenuhi syarat keunggulan bersaing. Karena belum tercapainya keunggulan bersaing terhadap variabel keunggulan bersaing maka dibuatlah pertanyaan mengenai indikator dari kompetensi kewirausahaan.

Oleh karena itu untuk dapat mengembangkan kegiatan usahanya agar dapat mencapai keunggulan bersaing penulis melakukan kuesioner pada indikator kompetensi kewirausahaan dimana menurut Sri Melisa Putri et al., (2020:45) menyatakan diperlukan kompetensi Kewirausahaan untuk mengembangkan kegiatan usahanya agar dapat mencapai keunggulan beraing.

Tabel 1. 3
Hasil Survey Awal Kompetensi Kewirausahaan

Pertanyaan	Jawaban Responden Ya		Jawaban Responden Tidak	
		%		%
Apakah Anda memiliki pengetahuan dalam usaha yang Anda rintis?	13	87%	2	13%

Apakah Anda memiliki pengetahuan praktik dalam usaha yang Anda rintis?	8	54%	7	46%
Apakah Anda memiliki kemampuan dalam bidang pemasaran pada pengelolaan usaha anda?	4	27%	11	73%
Apakah Anda telah menerapkan teknik pemasaran yang baik?	3	20%	12	80%
Apakah Anda memiliki kemampuan berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain?	8	54%	7	46%
Kompetensi Kewirausahaan		48%		52%

Sumber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha Sentra Kain Jalan Tamim Bandung

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, ditemukan permasalahan pada Kuisisioner “Apakah anda memiliki kemampuan dalam bidang pemasaran pada pengelolaan usaha anda?” sebesar 27% dan “Apakah Anda telah menerapkan teknik pemasaran yang baik?” sebesar 20% dimana kedua nya berkaitan satu sama lain. Pelaku usaha pada Sentra Kain di Jalan Tamim, banyak dari mereka yang dalam proses pemasarannya mengandalkan cara konvensional, setelah melakukan wawancara yang di lakukan 13 dari 15 para pelaku usaha sudah berumur 40 tahun keatas dan itu menyebabkan para pelaku usaha di sana tidak dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukan teknik pemasaran yang baik. Menurut Rizky Fauziah dan Rahma Wahdiniwaty (2019:125) “Di era globalisasi dan teknologi ini, proses pemasaran dapat di

terapkan pada teknologi baru yang cepat dan mampu menjangkau konsumen global dalam waktu yang singkat”. Sehingga di zaman modern seperti sekarang proses pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti halnya memasarkan produk menggunakan teknologi, agar produk dapat dijangkau dan dibeli oleh semua orang. Hal ini berpengaruh pada presentase indikasi bahwa pelaku UMKM belum memiliki Kompetensi Kewirausahaan. Dapat dilihat dari hasil perhitungan pada indikator kompetensi kewirausahaan sebesar 48% yang belum optimal.

Menurut Asep Kurniawan dan Yun yun (2018:71) kreativitas dan inovasi dapat membentuk kompetensi kewirausahaan dan dapat membantuk keberlanjutan UMKM.

Dikarenakan kreativitas dan inovasi adalah salah satu dari indikator dari Keunggulan Bersaing dapat mebantu membentuk kompetensi kewirausahaan dan keberlanjutan usaha pun adalah salah satu indikator Kelanggengan Usaha yang dapat menentukan para pelaku usaha agar dapat unggul dari para pesaing. Oleh sebab itu penulis melanjutkan kuesioner pada indikator Kelanggengan Usaha.

Tabel 1. 4
Hasil Survey Kelanggengan Usaha

Pertanyaan	Responden dengan jawaban Ya		Responden dengan jawaban Tidak	
	Jumlah	%	Jumlah	%

Apakah anda memulai usaha tanpa tidak bergantung dari pihak manapun?	10	77%	5	33%
Apakah anda akan mengembangkan usaha anda?	3	20%	12	20%
Apakah anda akan tetap mempertahankan untuk usaha anda?	4	27%	11	73%
Apakah anda sudah menguasai terhadap bisnis anda?	8	54%	7	46%
Kelanggengan Usaha		28%		72%

Sumber: Hasil kuesioner penulis terhadap pelaku usaha Sentra Kain di Jalan Tamim Bandung

Berdasarkan tabel 1.4 di atas permasalahan ditemukan pada kuesioner “Apakah anda akan mengembangkan usaha anda” sebesar 20% dan “Apakah Anda akan tetap bertahan untuk usaha anda?” sebesar 27% responden menjawab “iya”, hal ini dikarenakan kurangnya keercayaan diri terhadap usaha nya dikarenakan persaingan yang ketat. Para pelaku usaha mengenai bagaimana cara mengembangkan usaha mereka menjadi lebih baik selain itu juga para pelaku usaha masih ragu akan keberlangsungan usaha nya. ketika penulis melakukan observasi banyaknya pelaku usaha yang sudah mulai tutup, ditambah lagi ada nya sentra kain pesaing seperti Sentra Kain Cigondewa yang selalu muncul di pencarian google ketika masyarakat ingin mencari sentra tempat perbelanjaan kain di kota bandung membuat Sentra

Kain Jalan Tamim kalah bersaing oleh sentra tersebut. Dapat di lihat bahwa persentasi indikasi Kelanggenan Usaha sebesar 28% menunjukkan bahwa pelaku usaha pada Sentra Kain Jalan Tamim tidak memiliki keunggulan sudan dalam Kelanggenan Usaha.

Berdasarkan latar belakang dan survey yang Penulis lakukan, penulis tertarik untuk memberi judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggenan usaha Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Kain Jalan Tamim Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas mengenai Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggenan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing *Sentra Kain* di Jalan Tamim Bandung, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Dikarenakan sebagian besar para pelaku usaha pada *Sentra Kain* di Jalan Tamim belum memiliki pengetahuan pada teknik pemasaran dengan baik maka pelaku usaha *Sentra Kain* di Jalan Tamin Bandung belum semuanya melakukan metode pemasaran yang tepat dan baik.
2. Banyak nya dari para pelaku usaha yang tidak mengetahui bagaimana cara mengembangkan usaha mereka agar menjadi lebih baik maka pelaku usaha *Sentra*

Kain di Jalan Tamin Bandung masih banyak yang ragu akan keberlangsungan usaha mereka.

3. Karena banyaknya dari pelaku usaha belum memiliki pengetahuan tentang teknis inovasi terbaru khususnya dalam marketing maka Pelaku Usaha *Sentra Kain* di Jalan Tamin Bandung masih memiliki kesulitan untuk menciptakan inovasi baru pada teknis agar dapat mencapai keunggulan bersaing dengan pesaingnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kompetensi Kewirausahaan pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kelanggengan Usaha pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.
4. Seberapa besar Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada *Sentra Kain* di Jalan Tamim Bandung

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kompetensi Kewirausahaan pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kelanggengan Usaha pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keunggulan Bersaing pada *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha terhadap Keunggulan Bersaing *Sentra Kain* Jalan Tamim Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan (teoritis) maupun bagi aspek guna laksana (praktis).

1.4.2 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu ataupun acuan dalam melakukan penelitian yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data yang dilakukan penulis bertempat pada *Sentra Kain Jalan Tamim Bandung*.

