

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan bisnis dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia terus berkembang, laju pertumbuhan perekonomian serta perubahan teknologi dan arus informasinya pun semakin cepat. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong terciptanya persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis, mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan para pelanggannya. Irfan Syauqi Beik (2016:132) memaparkan bahwa ada 2 faktor yang mempengaruhi pengembangan bisnis/usaha diantaranya faktor internal dan eksternal yaitu, kemampuan diri untuk memproduksi kualitas barang, total penjualan, harga, modal usaha, desain, kemampuan bersaing, kemampuan memilih jenis usaha. Sedangkan faktor eksternal yaitu, kran impor yang harus dibatasi, harga bahan baku, biaya transportasi, jumlah pembeli, ongkos produksi, teknologi peralatan, daerah pemasaran dan diversifikasi produk.

Bisnis merupakan cara agar memperoleh keuntungan yang sebesar – besarnya dari berbagai pasar yang ada dan tersedia. Dengan adanya keinginan konsumen, kebutuhan konsumen serta kebutuhan pokok yang dibutuhkan konsumen menjadikan bisnis semakin luas cakupannya. Dengan banyaknya kebutuhan – kebutuhan yang dibutuhkan konsumen membuat semakin banyak pula perusahaan yang muncul untuk bersaing dengan perusahaan yang sudah ada atau menciptakan

perusahaan yang belum ada untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu Kota besar yang terus berkembang adalah Kota Bandung.

Kota Bandung adalah salah satu sektor dengan atmosfer wirausaha terbaik di Indonesia. Setiap tahunnya ada ribuan pebisnis muda yang lahir di kota ini, dan sebagian besar memulai bisnis mereka di bidang distro dan kuliner. Pertumbuhan jumlah mahasiswa di kota Bandung yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, dan juga akulturasi yang sangat tinggi membuat kreatifitas adalah menjadi salah satu ciri khas di Kota Bandung. Industri keratif di Kota Bandung banyak dilakukan oleh kaum muda pada beberapa jenis usaha yang terbanyak adalah distro. Semenjak pemerintahan Hindia Belanda, Kota Bandung dikenal dengan kota kembang dan “*paris van java*” memang merupakan poros trend mode pakaian, ditambah lagi dengan berbagai kuliner dan seni – seni lainnya yang diperdagangkan dalam bentuk produk dan jasa. Salah satu industri kreatif yang paling menonjol dan berkembang di Kota Bandung adalah usaha dibidang distro.

Distro merupakan salah satu jenis toko yang khusus menjual atau mendistribusikan produk dari suatu komunitas, misalnya aksesoris dan pakaian, baik di produksi sendiri atau di produksi pihak lain. Produk yang dipasarkan distro umumnya adalah produk dengan brand lokal yang merupakan hasil kreasi dan produksi oleh pelaku usaha yang ada di Kota Bandung sendiri. Menurut Heru Rottensoul (2013), distro berasal dari kata *distribution store* yang bisa diartikan sebagai tempat, outlet atau toko yang secara khusus mendistribusikan produk dari suatu komunitas. Kini bisnis distro pun semakin menjamur, hampir di semua sudut Kota Bandung terdapat distro dengan berbagai macam merek dan tema. Sampai

dengan saat ini, diantara banyaknya distro yang menutup usahanya. Berbagai spekulasi faktor penyebab bangkrutnya distro pun bermunculan. Beberapa faktor tersebut diantaranya adalah karena ketidakmampuan bersaing dengan distro lain, tidak terdapat sistem yang jelas, serta kurangnya kompetensi. Faktor – faktor tersebut merupakan penyebab umum distro di Kota Bandung gulung tikar.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah banyaknya bermunculan Distro – distro di Kota Bandung yang membuat semakin ketat pula persaingan yang terjadi. Bisa dilihat pada tabel data kontribusi sub sektor industri kreatif di Kota Bandung sebagai berikut.

Tabel 1.1
Tabel Data Fashion Kota Bandung

| No. | Industri Kreatif | Subsektor PDB | Persentase |
|-----|------------------------------------|----------------|------------|
| 1. | Periklanan | 8.305.034.467 | 7,93% |
| 2. | Arsitektur | 4.134.446.695 | 3,95% |
| 3. | Pasar barang seni | 685.870.805 | 0,65% |
| 4. | Kerajinan | 10.170.688.435 | 10,82% |
| 5. | Kuliner | 16.080.768.980 | 15,62% |
| 6. | Desain | 6.159.598.596 | 5,88% |
| 7. | Fashion | 45.803.769.843 | 43,71% |
| 8. | Video, film, fotografi | 250.431.983 | 0,24% |
| 9. | Permainan interaktif | 337.392.321 | 0,32% |
| 10. | Musik | 3.824.179.411 | 3,65% |
| 11. | Seni pertunjukan | 124.467.644 | 0,12% |
| 12. | Penerbit dan percetakan | 4.283.989.793 | 4,09% |
| 13. | Layanan komputer dan piranti lunak | 1.040.637.861 | 0,99% |

| | | | |
|-----|--------------------|---------------|-------|
| 14. | Televisi dan radio | 2.136.827.023 | 2,03% |
|-----|--------------------|---------------|-------|

Sumber : *kompas.id*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas membuktikan industri kreatif di Kota Bandung ini sangat berkembang dan terutama di di bidang *fashion* dengan presentase 43,71%. *Fashion* di Kota Bandung selalu memproduksi produk terbaru yang selalu mengikuti zamannya. *Fashion* merupakan salah satu hal penting yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Baju, celana, dan aksesoris yang dikenakan bukan hanya sekedar penutup tubuh semata. Akan tetapi, sudah menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Oleh karena itu, *fashion* yang menjadi bagian dari industri kreatif memang menjadi salah satu bidang yang tidak ada habisnya dan selalu menarik untuk di eksplor.

Akan tetapi ada salah satu tempat yang di tempati para pelaku usaha yang bergerak dibidang pakaian atau distro yang bernama *The Hallway Space* Kota Bandung, beberapa tahun kebelakang nama tersebut baru muncul dan sudah memperlihatkan bahwa tempat tersebut mampu bersaing dengan tempat lain yang sudah lama ada di Kota Bandung, seperti Gudang Selatan atau Jalan Trunojoyo yang sebelumnya sudah dikenal oleh masyarakat.

The Hallway Space Kota Bandung adalah satu *creative space*/ruang kreatif publik yang beberapa tahun kebelakang muncul di Kota Bandung. *The Hallway Space* terletak di Pasar Kosambi, Jalan Jend. Ahmad Yani, Kota Bandung. Konsep *The Hallway Space* sendiri adalah *hidden place*, dimana letaknya di dalam Pasar Kosambi yang menyatu dengan pedagang tradisional. *The Hallway Space* terdiri

dari 64 tenant yang diantaranya sektor distro (*fashion*) 42 toko, kuliner 20 toko, *art*, hobi, dan *lifestyle*.

Persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan setiap pelaku usaha harus mampu memikirkan hal apa saja yang harus mereka lakukan agar usaha yang mereka jalankan mempunyai keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha adalah dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelangsungan penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk mengubah pola pikir dan sifat inovatif pemiliknya terkait kemampuan mereka untuk menyampaikan nilai bagi perusahaan (R Zulfikar, 2020). Keberhasilan usaha ialah sebuah pencapaian dalam usaha yang bertujuan mencapai usahanya. Setiap usaha atau bisnis pasti ingin mendapatkan keberhasilan usaha, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila pelaku usaha memiliki kemandirian pribadi wirausaha. Hal ini didukung dengan survei awal yang disebarkan kepada 10 pelaku usaha distro yang ada di *The Hallway Space* Kota Bandung dengan menggunakan kuesioner melalui *angket*, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Survey Awal Keberhasilan Usaha

| No | PERTANYAAN | JAWABAN | | | Total |
|---|--|------------|------|-------|-------|
| | | Ket. | Ya | Tidak | |
| Peningkatan Omset | | | | | |
| 1 | Apakah anda berhasil dalam menjalankan usaha sehingga omset meningkat? | Frekuensi | 6 | 4 | 10 |
| | | Persentase | 60% | 40% | 100% |
| Tenaga Kerja Membantu Keberhasilan Usaha | | | | | |
| 2 | Apakah anda berhasil dalam menjalankan usaha karena kemampuan tenaga kerja yang terus berkembang? | Frekuensi | 10 | 0 | 10 |
| | | Persentase | 100% | 0% | 100% |
| Peningkatan Penjualan | | | | | |
| 3 | Apakah anda berhasil dalam menjalankan usaha sehingga volume penjualan meningkat? | Frekuensi | 7 | 3 | 10 |
| | | Persentase | 70% | 30% | 100% |
| Meningkatnya Jumlah Pelanggan | | | | | |
| 4 | Apakah anda berhasil dalam menjalankan usaha sehingga jumlah pelanggan semakin meningkat? | Frekuensi | 8 | 2 | 10 |
| | | Persentase | 80% | 20% | 100% |
| Bertambahnya Cabang – Cabang | | | | | |
| 5 | Apakah anda berhasil dalam menjalankan usaha sehingga memiliki cabang atau outlet lebih dari satu? | Frekuensi | 0 | 10 | 10 |
| | | Persentase | 0% | 100% | 100% |

Sumber: Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1.2 hasil survei awal variabel Keberhasilan Usaha Pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung sebanyak 10 pelaku usaha atau 100% dari total seluruh pelaku usaha menjawab tidak. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung belum memiliki kecukupan modal serta citra nama usaha yang tinggi untuk memiliki cabang usaha di tempat lain.

Seorang pengusaha harus memiliki keyakinan dalam diri sendiri untuk memperoleh keberhasilan dalam usaha. Salah satu yang menjadi faktor dalam meningkatkan keberhasilan usaha adalah Kemandirian pribadi wirausaha. Kemandirian pribadi wirausaha dimaksudkan dalam bentuk kemampuan mengerjakan suatu pekerjaan yang baik dan benar sesuai dengan kapasitas yang ada dalam diri pelaku usaha tersebut. Menurut Anggraini (2019:41) kemandirian

pribadi seorang wirausaha adalah kemampuan untuk mengandalkan diri sendiri dalam upaya untuk menciptakan lapangan kerja baru tanpa harus bergantung dengan orang lain, mulai dari menciptakan ide, menetapkan tujuan, sampai pada pencapaian kepuasan. Sikap kemandirian pribadi yang ada pada diri seorang pelaku usaha sudah tentu akan membuat usaha yang akan dijalankan tidak bergantung kepada orang lain, dimana dengan sikap kemandirian yang tertanam sejak lahir, maka akan mampu membuat usaha tersebut bisa bertahan dari segala macam faktor yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Hal ini didukung dengan survey awal yang disebarakan kepada 10 pelaku usaha distro yang ada di *The Hallway Space* Kota Bandung dengan menggunakan kuesioner melalui *angket*, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.3
Survey Awal Kemandirian Pribadi Wirausaha

| No | PERTANYAAN | JAWABAN | | | Total |
|-----------------------------------|---|------------|------|-------|-------|
| | | Ket. | Ya | Tidak | |
| Percaya Diri | | | | | |
| 1 | Apakah saya percaya diri terhadap kemampuan yang ada pada diri saya sendiri? | Frekuensi | 8 | 2 | 10 |
| | | Persentase | 80% | 20% | 100% |
| Mampu Bekerja Sendiri | | | | | |
| 2 | Apakah saya mampu bekerja sendiri dalam melakukan atau mengerjakan sesuatu? | Frekuensi | 6 | 4 | 10 |
| | | Persentase | 60% | 40% | 100% |
| Menghargai Waktu | | | | | |
| 3 | Apakah saya selalu tepat waktu saat bertemu dengan <i>client</i> atau agenda rapat lainnya? | Frekuensi | 4 | 6 | 10 |
| | | Persentase | 40% | 60% | 100% |
| Bertanggung Jawab | | | | | |
| 4 | Apakah saya bertanggung jawab dalam menerima risiko atas keputusan yang telah diambil? | Frekuensi | 10 | 0 | 10 |
| | | Persentase | 100% | 0% | 100% |
| Memiliki Hasrat Untuk Maju | | | | | |
| 5 | Apakah saya selalu memperhitungkan kembali atas keputusan yang akan diambil? | Frekuensi | 7 | 3 | 10 |
| | | Persentase | 70% | 30% | 100% |

Sumber: Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1.3 hasil survei awal variabel Kemandirian Pribadi Wirausaha Pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung sebanyak 10 pelaku usaha atau 100% dari seluruh pelaku usaha menjawab tidak. Hal ini disebabkan karena sebagian pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih belum bisa menghargai waktu, karena pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih kurang manajemen waktu pada saat bertemu dengan *client* ataupun agenda rapat lainnya mengingat pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung memiliki kesibukan tersendiri dalam mengelola bisnisnya.

Selain kemandirian pribadi wirausaha adapun faktor lain yang dapat meningkatkan keberhasilan usaha yaitu, kompetensi wirausaha. Untuk menjadi wirausaha yang sukses, hal yang harus dimiliki pertama kali adalah modal dasar berupa ide atau visi yang jelas, kemampuan dan komitmen yang kuat, kecukupan modal, baik uang maupun waktu, dan kecukupan tenaga serta pikiran. Modal – modal tersebut sebenarnya tidak cukup apabila tidak dilengkapi dengan kompetensi atau keahlian, kompetensi wirausaha sangat dibutuhkan oleh perusahaan atau usaha dan apabila hal tersebut tidak dilakukan atau dilaksanakan, di khawatirkan akan menimbulkan berbagai masalah bagi perusahaan yang dampaknya terhadap keberhasilan usaha yang sedang dijalankan. Menurut Zizile Tola dan Tendai Chimucheka (2018:225) kompetensi wirausaha adalah kemampuan total wirausaha untuk menjalankan perannya dengan sukses.

Hal ini didukung dengan survei awal yang disebarakan kepada 10 pelaku usaha distro yang ada di *The Hallway Space* Kota Bandung dengan menggunakan kuesioner melalui *angket*, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1.4
Survey Awal Kompetensi Wirausaha

| No | PERTANYAAN | JAWABAN | | | Total |
|----------------------------------|--|------------|------|-------|-------|
| | | Ket. | Ya | Tidak | |
| Pengetahuan Kewirausahaan | | | | | |
| 1 | Apakah anda memiliki pengetahuan yang luas tentang usaha yang dijalankan? | Frekuensi | 9 | 1 | 10 |
| | | Persentase | 90% | 1% | 100% |
| Keterampilan | | | | | |
| 2 | Apakah Anda memiliki keterampilan khusus dalam menjalankan usaha anda? | Frekuensi | 3 | 7 | 10 |
| | | Persentase | 30% | 70% | 100% |
| Sikap | | | | | |
| 3 | Apakah anda memberikan respon yg baik saat berkomunikasi baik dengan karyawan, mitra, maupun konsumen? | Frekuensi | 10 | 0 | 10 |
| | | Persentase | 100% | 0% | 100% |

Sumber: Diolah Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 1.4 hasil survei awal variabel Kompetensi Wirausaha Pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung sebanyak 10 pelaku usaha atau 100% dari total seluruh pelaku usaha menjawab tidak. karena sebagian pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih belum memiliki keterampilan khusus seperti halnya, kurangnya pembaruan dalam desain produk. Karena sebagian pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih kurang memiliki kreatifitas dalam hal desain serta kurang mengikuti perkembangan fashion yang sedang ramai saat ini.

Beberapa faktor dan masalah yang terdapat dalam suatu perusahaan dapat mempengaruhi baik atau tidaknya hasil yang diberikan dalam bekerja seperti Kemandirian Pribadi Wirausaha yang dapat memperoleh keberhasilan dalam usaha karena kemandirian pribadi dimaksudkan untuk mengandalkan diri sendiri dalam

upaya memperoleh keberhasilan usaha, lalu Kompetensi Wirausaha itu dapat menjadi faktor penentu apakah keberhasilan usaha itu tercapai atau tidak. Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan terkait fenomena yang terjadi pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih kurang dalam menghargai waktu karena pelaku usaha Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih kurang memanajemen waktu pada saat bertemu dengan *client* ataupun agenda rapat lainnya .
2. Adanya beberapa pelaku usaha Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung yang masih belum memiliki keterampilan khusus dalam menjalankan usaha seperti, kurang memiliki kreativitas dalam mendesain.
3. Pelaku usaha Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung masih belum memiliki kecukupan modal serta citra nama usaha yang tinggi untuk memiliki cabang usaha di tempat lain.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kemandirian Pribadi Wirausaha, Kompetensi Wirausaha dan Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah penulis ingin mengumpulkan data dan berbagai informasi yang terkait dengan “Pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung” serta penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama melakukan penelitian ini.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kemandirian Pribadi Wirausaha, Kompetensi Wirausaha dan Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Distro di *The Hallway Space* Kota Bandung secara simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan harapan bisa memiliki manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis terkait dengan ada tidaknya pengaruh dari Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan selain menjadi sumbangan dalam bidang Bisnis, juga mampu menjadi referensi bacaan, sehingga dapat mengetahui hubungan antara Kemandirian Pribadi Wirausaha, Kompetensi Wirausaha dan Keberhasilan Usaha.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan dalam menjalankan proses yang berkaitan dengan bisnis dalam hal Kemandirian Pribadi Wirausaha dan Kompetensi Wirausaha guna meningkatkan nilai atau keberhasilan usaha dari perusahaan, dan untuk mencapai tujuan dari perusahaan yang efektif dan efisien.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti maka penulis melakukan penelitian di *The Hallway Space* Kota Bandung yang berlokasi di kb Pisang, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat

1.5.2 Waktu penelitian

Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2022 sampai dengan Maret 2023

Tabel 1.5
Waktu Pelaksanaan Penelitian

| NO | Keterangan | Waktu Kegiatan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------|----------------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 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 Data | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Membuat Proposal | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Seminar Proposal | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Revisi | | | | | | | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 7. | Penelitian Lapangan | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| 8. | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | |
| 9. | Sidang | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |