

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Setiap pelaku usaha harus siap berkompetisi dalam persaingan bisnis di era perdagangan yang semakin ketat. Pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk terus aktif mengikuti perubahan yang terjadi dan mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungan yang semakin modern (Ratiah dkk., 2021). Setelah terjadinya pandemi COVID-19 dan perekonomian mulai kembali normal, mengakibatkan pergerakan pasar bergerak lebih dinamis dan perkembangan globalisasi yang mulai signifikan. Perusahaan kecil (UKM) karena faktor ukuran, mereka harus dapat memperoleh teknologi yang memadai dan sumber daya manusia yang tepat untuk mendapat keuntungan. Perusahaan-perusahaan kecil itu dituntut untuk mengandalkan sumber daya dan keterampilan pemilik. Hal itu menjadi penyebab pentingnya keterampilan pemilik untuk menunjang kinerja bisnis yang baik dan sehat, serta demi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Perubahan-perubahan ini memberikan sejumlah nilai peluang bagi wirausahawan untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan mereka secara internasional tetapi, di sisi lain, itu menimbulkan tantangan yang signifikan bagi para pelaku usaha (Ahammad *et al.*, 2021).

Di negara Indonesia sendiri, salah satu peran UMKM bersinggungan dengan upaya pemerintah dalam mengatasi pengangguran, membuka jalan dan memperluas kesempatan kerja. Selain itu juga untuk mengurangi angka kemiskinan dan pemerataan pendapatan masyarakat di Indonesia. Selain itu,

dengan hadirnya usaha mikro, kecil dan menengah juga membawa kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Dalam hal ini, adanya peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Adapun kontribusi UMKM terhadap PDB di Indonesia yaitu mencapai 60,5% pada tahun 2022 dan juga menyerap sekitar 96,9% total tenaga kerja di Indonesia. Selain itu, jumlah kontribusi dalam bidang ekspor UMKM juga mengalami kenaikan dari 14,37% di tahun 2020 menjadi 15,69% pada 2021 (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Terlebih lagi, sektor UMKM mampu menunjukkan kinerja yang lebih resilien dalam menghadapi keadaan menantang selama krisis ekonomi. UMKM adalah area aktivitas ekonomi yang berkembang di Indonesia yang telah menunjukkan ketahanan terhadap semua gangguan, termasuk mampu menahan keparahan krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1998 (Hamel dan Wijaya, 2020). Keberadaan UMKM di negara-negara berkembang seperti Indonesia, bisa dianggap sebagai penopang utama perekonomian suatu negara.

Namun, terlepas dari potensi besarnya, para UMKM ini masih menghadapi banyak tantangan saat menjalankan bisnis mereka. Contohnya seperti kurangnya persiapan dalam mengantisipasi ancaman yang mungkin terjadi, dan juga kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis. Dalam hal ini, mengatasi tantangan dan masalah yang menyebar di dunia UMKM adalah salah satu kunci keberhasilan untuk mengembangkan ekonomi suatu negara (Irawan dan Bayu dalam Ekaputri dkk., 2018).

Di negara Indonesia sendiri terdapat beberapa kriteria dalam menggolongkan jenis-jenis UMKM. Hal tersebut diatur dalam UU Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM (Santika, 2023). Dimana untuk usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dibedakan menjadi beberapa kategori seperti tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Kriteria Penggolongan UMKM

No.	Jenis	Kekayaan Bersih (Rp.)	Penjualan Tahunan (Rp.)	Ketentuan
1	Mikro	50 juta	300 juta	Tidak termasuk tanah dan bangunan usaha
2	Kecil	50 juta s.d. 500 juta	300 juta s.d. 2,5 Miliar	Tidak termasuk tanah dan bangunan usaha
3	Menengah	500 juta s.d. 10 Miliar	2,5 Miliar s.d. 50 Miliar	Tidak termasuk tanah dan bangunan usaha

Sumber: *Databoks.katadata.co.id*

Angka atau jumlah UKM di Indonesia dari tahun ke tahun cenderung mengalami kenaikan. Tercatat oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KEMENKOP UKM) total UKM di Indonesia menembus 8,71 juta unit di tahun 2022 (Santika, 2023). Dampak dari banyaknya UMKM di Indonesia ini bisa menjadi hal yang positif dan negatif bagi para pelaku usaha. Dalam hal ini, dengan pesatnya perkembangan industri perekonomian UMKM di Indonesia dan ada banyak orang yang bekerja di dalamnya. Hal tersebut memberikan dampak negatif, salah satunya yaitu peningkatan persaingan. Pemilik usaha atau wirausahawan harus mempunyai keunggulan dan strategi agar dapat bertahan dan mempertahankan perusahaannya dalam menghadapi persaingan bisnis (Mohammad *et al.*, 2018).

Maka dari itu, wirausahawan dituntut untuk berorientasi kewirausahaan yang dimana didalamnya terdapat keinovatifan, bersikap proaktif serta berani mengambil risiko dalam menjalankan usahanya. Selain itu, wirausahawan juga

harus mampu mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis dan mampu beradaptasi dengan cepat, atau biasa disebut kelincahan strategis. Hal-hal tersebut dapat menjadi penunjang untuk meningkatkan kinerja bisnis UMKM mereka sendiri. Terlebih lagi, strategi UMKM memiliki peran yang penting dalam memajukan tujuan perusahaan, mempertahankan visi dan membangun keunggulan perusahaan (Jardioui dalam Abdulrab et al., 2021). Berikut merupakan data terperinci mengenai total UKM di Indonesia berdasarkan provinsi-provinsi yang ada di Indonesia.

Tabel 1.2
Data UKM Indonesia Tahun 2022 (Kemenkop)

No.	Provinsi	Jumlah
1	Jawa Barat	1,494,723
2	Jawa Tengah	1,457,126
3	Jawa Timur	1,153,576
4	DKI Jakarta	658,365
5	Sumatera Utara	595,779
6	Banten	339,001
7	Sumatera Selatan	330,693
8	Sumatera Barat	296,052
9	Nusa Tenggara Barat	287,882
10	Lampung	285,909
11	Sulawesi Selatan	268,299
12	Riau	252,574
13	DI Yogyakarta	235,899
14	Aceh	229,101
15	Sulawesi Utara	116,666
16	Gorontalo	85,583
17	Bengkulu	83,523
18	Nusa Tenggara Timur	81,742
19	Kep. Riau	76,217
20	Kalimantan Selatan	72,113
21	Jambi	57,597
22	Kalimantan Timur	46,824
23	Bali	40,764
24	Kep. Bangka Belitung	30,770
25	Kalimantan Barat	29,813
26	Sulawesi Tengah	29,706
27	Sulawesi Barat	20,111
28	Maluku	18,789
29	Sulawesi Tenggara	8,978
30	Kalimantan Utara	7,588

No.	Provinsi	Jumlah
31	Kalimantan Tengah	6,606
32	Papua Barat	4,604
33	Maluku Utara	4,141
34	Papua	3,932

Sumber: *Databoks.katadata.co.id* dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Di dalam informasi tabel di atas, menunjukkan bahwa pulau Jawa sangat mendominasi jika dibandingkan dengan pulau ataupun provinsi lain. Contohnya seperti jumlah UKM untuk provinsi Jawa Barat yaitu berjumlah sebanyak 1,49 juta unit usaha, di urutan kedua yaitu provinsi Jawa Tengah dengan jumlah unit usaha sebanyak 1,45 juta dan selanjutnya yaitu provinsi Jawa Timur dengan jumlah UKM 1,15 juta unit. Dengan jumlah unit usaha sebanyak 1,49 juta, Jawa Barat menjadi provinsi pertama dengan jumlah unit usaha (UKM) terbanyak dari total 34 provinsi di Indonesia, berdasarkan data dari KEMENKOP UKM.

Hal tersebut merupakan hal yang menakjubkan mengingat dampak dari Pandemi COVID-19 dimana banyak bisnis atau UMKM yang terpaksa tutup dan juga banyak pekerja yang kehilangan pekerjaannya. Meskipun begitu pemerintahan Indonesia mengambil langkah-langkah untuk membantu memulihkan perekonomian. Salah satu program yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia adalah Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Program tersebut bertujuan memberikan dukungan berupa bantuan tunai, keringanan pajak, dan keringanan kredit. Upaya tersebut cukup efektif, terbukti dengan pertumbuhan ekonomi Jabar sebesar 6,21% pada 2021 (*year on year*). Perekonomian Jawa Barat justru tumbuh lebih positif dibandingkan wilayah Indonesia lainnya sebesar 5,02% secara tahunan (Santoso dkk., 2022).

Sehubungan dengan itu, UMKM dianggap memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, terutama dalam hal menghasilkan pendapatan bagi banyak rumah tangga dan menawarkan kesempatan kerja (Kongolo., Saerang *et al.*, dalam Mohammad *et al.*, 2018). Sehingga provinsi Jawa Barat mempunyai peran yang penting dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain menyediakan lapangan kerja yang luas, UMKM di Jawa Barat juga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal.

Sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat, Bandung, terkenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat pemerintahan, tempat wisata, lembaga pendidikan, dan industri kreatif. Alhasil, tak heran jika Bandung mengalami perubahan dan perkembangan yang pesat. Selain itu UMKM di Kota Bandung berkembang cukup pesat dan terus meningkat. Hal itu terbukti dimana pada tahun 2021 Kota Bandung menjadi kota dengan UMKM paling banyak jika dibandingkan kota lainnya di provinsi Jawa Barat dengan total 464.346 UMKM (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022). Berikut merupakan data terperinci mengenai jumlah UMKM di 9 Kota di Jawa Barat (tidak termasuk kabupaten).

Tabel 1.3
Data UMKM di 9 Kota Jawa Barat (2021)

No	Kota	Jumlah UMKM
1	Kota Bogor	116.656
2	Kota Sukabumi	53.979
3	Kota Bandung	464.346
4	Kota Cirebon	54.306
5	Kota Bekasi	274.143
6	Kota Depok	219.238
7	Kota Cimahi	76.833
8	Kota Tasikmalaya	123.010
9	Kota Banjar	34.962

Sumber: *Opendata.jabarprov.go.id. dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil*

Berdasarkan tabel di atas, bisa dilihat bahwa Kota Bandung memiliki jumlah UMKM paling banyak jika dibandingkan dengan kota lain. Selain karena Kota Bandung adalah Ibu Kota Jawa Barat, hal lain yang menjadi faktor pemicu mengapa Kota Bandung memiliki banyak UMKM adalah karena Bandung memiliki kewirausahaan yang kuat, dengan terdapat sentra-sentra di kota tersebut, seperti industri tekstil dan pakaian. Berikut merupakan data lengkap mengenai jenis-jenis UMKM yang berada di Kota Bandung pada tahun 2021 (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022).

Tabel 1.4
Jenis dan Jumlah UMKM di Kota Bandung (2021)

No	Jenis UMKM	Jumlah UMKM
1	Aksesoris	1.081
2	Batik	1.081
3	Bordir	154
4	Craft	38.605
5	Fashion	37.679
6	Konveksi	23.009
7	Kuliner	166.158
8	Makanan	121.530
9	Minuman	22.546
10	Jasa/Lainnya	52.503

Sumber: *Opendata.jabarprov.go.id. dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil*

Dalam tabel di atas, bisa dilihat bahwa jenis UMKM kuliner menjadi UMKM dengan jumlah terbanyak sebesar 166.158. Sedangkan untuk industri atau jenis UMKM konveksi sendiri berjumlah 23.009 pada tahun 2021. Hal tersebut diperkirakan sudah mencakup sentra-sentra konveksi yang ada di Kota Bandung. Salah satu sentra konveksi di Kota Bandung yang masih berjalan sampai sekarang adalah Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung (SIRBI).

Kota Bandung adalah salah satu produsen pakaian dan tekstil terbesar di Indonesia dengan salah satu sentra nya seperti kaos suci bandung, rajut binong jati

dan produk-produk dari sentra soreang. Produk dari sentra soreang sebagian besar adalah busana muslim seperti baju gamis, sedangkan untuk sentra industri kaos suci bandung sebagian besar memproduksi baju berdasarkan permintaan konsumen (*by order*) seperti baju/kaos partai, baju olahraga, dll. Selain itu sentra rajut binong jati membuat produk dengan cara merajut. Contoh produknya seperti *knitwear*, tas, ciput, dll. Secara umum kegiatan konveksi hampir ada di seluruh kecamatan atau kota di bandung dengan skala produksi dan jumlah usaha konveksi yang berbeda-beda (Pusat Riset Kependudukan, 2021).

Salah satu sentra yang ada di Kota Bandung adalah Sentra Industri Rajut Binong Jati (SIRBI), sentra tersebut adalah salah satu sentra yang potensial di Kota Bandung. SIRBI sudah ada sejak tahun 1970-an yang berlokasi di Jl. Binong Jati dan Jl. Ibrahim Adjie Bandung. Dimana mereka menjual beberapa jenis produk yang ditawarkan seperti cardigan, sweater, jaket, syal, ciput, tas dll. Sebanyak kurang lebih 4000 tenaga kerja yang diserap oleh sentra tersebut dengan rata-rata penjualan mencapai 1000pcs per hari dengan kisaran harga Rp. 40.000 – Rp. 150.000. Saat ini, SIRBI sudah menjadi kampung wisata kreatif dimana hal itu bermula dari *Creative Belt* (program pengembangan wisata kewilayahan) yang terdiri dari sektor fashion, kerajinan, galeri kreatif, kuliner, akomodasi penginapan, seni budaya, dan destinasi yang menjadikan kelurahan Binong Jati berkembang dan menggali potensi daerahnya secara mandiri.

Sentra industri rajut binong jati bandung sudah diangkat menjadi kampung wisata kreatif. Hal tersebut tercantum dalam Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 556/Kep.835-DISBUDPAR/2021 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota

Bandung, 2021). Dalam hal ini yaitu terdapat beberapa sektor seperti bidang fashion, kerajinan, kuliner, penginapan dll. Sentra Rajut Binong Jati, yang dianggap sebagai wisata kampung kreatif, dapat menarik wisatawan, penggemar seni, dan pecinta kerajinan tangan. Hal ini dapat menarik lebih banyak pengunjung ke daerah sehingga membuka peluang baru bagi bisnis lokal. Selain meningkatkan pengunjung, dengan adanya kunjungan wisatawan ke Sentra Rajut Binong Jati, pelaku usaha di kawasan tersebut berpeluang untuk meningkatkan penjualan produk rajutannya. Pengunjung yang tertarik dengan produk sentra rajut yang unik dan inovatif dapat menjadi pelanggan potensial.

Fenomena yang terjadi pada sentra rajut binong jati adalah di mana sentra tersebut cenderung mengalami penurunan akibat daya beli masyarakat yang menurun, terutama para perajut dengan skala kecil dengan penurunan produksi atau pesanan bisa sampai 40% dari normal (Wamad, 2022). Kurangnya permintaan tersebut berakibat langsung pada keterbatasan produksi yang dialami oleh perajut dengan skala kecil di sentra rajut ini. Mereka terpaksa harus mengurangi jumlah produksi dan menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas serta konsistensi produk mereka. Selain itu, penurunan pesanan juga mempengaruhi pasokan bahan baku yang dibutuhkan, sehingga menimbulkan ketidakstabilan dalam rantai pasok dan proses produksi. Hal tersebut dapat menyebabkan tidak maksimalnya kinerja bisnis pada sentra tersebut karena dapat terjadi penurunan pendapatan, penurunan laba, dan adanya ketidakpuasan dari pelaku usaha karena penurunan produksi.

Kinerja bisnis menunjukkan hasil atau pencapaian dari suatu organisasi/perusahaan (Saunila dalam Wahyuni dan Sara., 2020). Pengukuran kinerja bisnis diperlukan agar memungkinkan perusahaan fokus pada area yang perlu ditingkatkan. Selain itu pelaku usaha memerlukan adanya orientasi kewirausahaan dan kelincahan strategis yang baik, agar kinerja bisnisnya maksimal dan dapat memajukan organisasi. Kinerja bisnis mengacu pada seberapa jauh lebih baik hasil saat ini daripada yang sebelumnya. Tujuan utama sebuah bisnis, yang semua kegiatannya difokuskan pada kesuksesan, adalah kinerja bisnis yang baik (Wahyudi dalam Hamel dan Wijaya, 2020).

Dari penjelasan tersebut, penulis melakukan survei awal dengan membagikan kuesioner kepada 30 pelaku usaha Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1.5
Survei Awal Kinerja Bisnis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah usaha Anda mengalami peningkatan pendapatan?	17 56,7%	13 43,3%
2	Apakah usaha Anda mengalami peningkatan keuntungan/laba?	13 43,3%	17 56,7%
3	Apakah anda merasa puas dengan pertumbuhan usaha yang anda alami saat ini?	12 40%	18 60%

Sumber: Survei Awal Penelitian pada Pelaku Usaha Rajut Binong Jati Bandung (2023)

Menurut data survei awal yang dilakukan pada pelaku usaha sentra rajut binong jati pada variabel kinerja bisnis di atas, dapat dilihat bahwa kinerja bisnis masih belum maksimal di sentra tersebut. Dimana penulis melihat adanya masalah yang paling menonjol pada indikator pertumbuhan memuaskan (nomor 3) dengan sebanyak 18 (60%) rata-rata pelaku usaha menjawab tidak puas dengan

pertumbuhan usaha yang dialaminya. Hal itu dikarenakan para pelaku usaha beranggapan bahwa walaupun usahanya mengalami peningkatan pendapatan akan tetapi hal tersebut masih belum mencapai target yang mereka tentukan. Pelaku usaha juga menganggap bahwa usahanya cenderung stagnan dan/atau sama seperti kondisi tahun-tahun sebelumnya.

Fenomena yang terjadi pada variabel orientasi kewirausahaan di sentra rajut binong jati adalah dimana sebagian pelaku usaha memilih untuk bertahan dengan mesin rajut manual atau konvensional dibandingkan beralih ke mesin rajut komputer (Wamad, 2022). Juga, para senior di sentra tersebut rata-rata tidak mampu bersaing dalam perdagangan digital (Susanti, 2022). Dimana hal tersebut dapat mempengaruhi indikator-indikator dalam orientasi kewirausahaan seperti berinovasi, proaktif dan mencari peluang baru.

Selain itu, diindikasikan bahwa kinerja bisnis dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, dimana orientasi kewirausahaan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pemilik usaha yang berani memulai usaha sendiri dan mau berinovasi, proaktif, dan mencari peluang baru. Hal itu bertujuan untuk menaikkan kinerja bisnis di sentranya Kraiser (Wardi dkk., dalam Tjen dan Ie, 2019). Berikut merupakan survei awal mengenai orientasi kewirausahaan pada sentra industri rajut binong jati bandung.

Tabel 1.6
Survei Awal Orientasi Kewirausahaan Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah usaha Anda mampu menciptakan produk dengan menggunakan alat atau teknologi terbaru dalam proses produksi?	11 36,7%	19 63,3%
2	Apakah Anda berinisiatif mencari peluang baru yang dapat menguntungkan bisnis Anda?	20 66,7 %	10 33,3%
3	Apakah Anda berani mengambil keputusan yang berisiko dalam menjalankan usaha?	18 60%	12 40%

Sumber: Survei Awal Penelitian pada Pelaku Usaha Rajut Binong Jati Bandung (2023)

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan mengenai variabel orientasi kewirausahaan pada sentra industri rajut binong jati bandung terdapat masalah pada poin satu (1), dimana rata-rata pelaku usaha sentra tersebut tidak mampu menciptakan produk dengan alat atau teknologi terbaru dengan persentase 63,3% (19 responden). Hal itu dikarenakan memerlukan waktu yang banyak untuk merubah kebiasaan, seperti halnya dalam proses kerja, atau budaya perusahaan yang sudah terbiasa memakai alat atau teknologi yang sudah biasa dipakai.

Fenomena yang terjadi pada variabel kelincahan strategis di sentra rajut binong jati adalah pada saat ini pakaian rajut menjadi pakaian keseharian yang biasa dipakai anak-anak muda sebagai baju luaran atau *outer* (Susanti, 2022). Selain itu, harga bahan baku seperti *acrylic wool* mengalami peningkatan harga atau semakin mahal (Golali.id, 2022).

Diindikasikan juga bahwa, kinerja bisnis dipengaruhi oleh kelincahan strategis (*strategic agility*), dimana kelincahan strategis adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk beradaptasi, fleksibel, dan kreatif serta kemampuannya untuk mengantisipasi ancaman yang mungkin terjadi baik di

dalam maupun di luar lingkungan bisnis (Eli dalam Munawar dkk., 2022). Kelincahan strategis membutuhkan sensitivitas strategis, komitmen kolektif dan fluiditas sumber daya. Perusahaan atau UMKM yang bisa menanggapi ancaman lingkungan dengan mengembangkan kelincahan strategis akan dapat meningkatkan kinerjanya (Ahammad et al., 2021). Berikut merupakan survei awal mengenai kelincahan strategis pada sentra industri rajut binong jati Bandung:

Tabel 1.7
Survei Awal Kelincahan Strategis (*Strategic Agility*)
Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah usaha Anda dapat merespon perubahan tren pasar dengan cepat?	12 40%	18 60%
2	Apakah Anda memiliki kemampuan untuk menyesuaikan sumber daya dengan perubahan kebutuhan pelanggan?	16 53,3%	14 46,7%
3	Apakah Anda mampu membuat keputusan dengan cepat apabila terjadinya perubahan pasar?	17 56,7%	13 43,3%

Sumber: Survei Awal Penelitian pada Pelaku Usaha Rajut Binong Jati Bandung (2023)

Dari hasil survei awal kuesioner variabel kelincahan strategis, penulis melihat adanya permasalahan pada poin ke satu (1), dimana sebanyak 18 pelaku usaha dengan persentase 60% tidak dapat merespon perubahan pasar dengan cepat. Hal itu disebabkan para pelaku usaha menganggap perubahan tren pasar terkadang memerlukan biaya besar dalam pengembangan produknya. Serta ketidakpastian tren pasar menjadikan pelaku usaha tidak yakin tentang bagaimana perubahan itu bisa berdampak pada bisnis mereka. Serta, apabila perubahan tersebut melibatkan teknologi terbaru, perlu memakan waktu banyak dalam pengimplementasiannya dikarenakan diperlukannya keterampilan teknis baru yang harus dipelajari.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis berminat untuk meneliti dan dituangkan dalam usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kelincahan Strategis (*Strategic Agility*) terhadap Kinerja Bisnis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung”**.

1.2 Identifikasi masalah dan rumusan masalah

1.2.1 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis menemukan beberapa permasalahan pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung sebagai berikut:

- 1 Dalam variabel kinerja bisnis, pelaku usaha Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung sebagian besar masih belum mengalami peningkatan laba dalam menjalankan usahanya.
- 2 Dalam variabel orientasi kewirausahaan, pelaku usaha Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung sebagian besar masih belum bisa menerapkan alat atau teknologi terbaru untuk produksi dalam menjalankan usahanya.
- 3 Dalam variabel kelincahan strategis, pelaku usaha Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung sebagian besar masih belum bisa merespon cepat perubahan tren di pasar dalam menjalankan usahanya.

1.2.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang diangkat penulis, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1 Bagaimana tanggapan responden mengenai Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

- 2 Bagaimana tanggapan responden mengenai Kelincahan Strategis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 3 Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Bisnis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 4 Seberapa besar Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kelincahan Strategis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 5 Seberapa besar Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 6 Seberapa besar Pengaruh Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 7 Seberapa besar Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis melalui Kelincahan Strategis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

1.3 Maksud dan tujuan penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung.

1.3.2 Tujuan penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah, rinciannya sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

- 2 Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Kelincahan Strategis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 3 Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha mengenai Kinerja Bisnis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 4 Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kelincahan Strategis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 5 Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 6 Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung
- 7 Untuk mengetahui besarnya Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis melalui Kelincahan Strategis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan praktis

1 Bagi sentra

Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk menilai seberapa besar Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis dan dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan Kinerja usahanya.

2 Bagi pihak terkait

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa mendukung penambahan pengetahuan mengenai penelitian ini dengan pihak terkait dapat

mengetahui seberapa besar Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis.

1.4.2 Kegunaan akademis

1 Bagi pihak lain

Untuk memberikan masukan, referensi serta menambah pengetahuan dan dapat mengembangkan hasil yang didapatkan, dikarenakan tiap organisasi atau perusahaan yang beda mendapatkan hasil yang berbeda pula.

2 Bagi penulis

Menambah pengetahuan bagi penulis mengenai industri sentra serta mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kelincahan Strategis terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung.

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dalam pengumpulan data dilakukan di Sentra Rajut Binong Jati Bandung Jl. Binong Jati & Jl. Ibrahim Adjie.

1.5.2 Waktu penelitian

Tabel 1.8
Waktu Penelitian

Jadwal Kegiatan	Waktu Kegiatan																							
	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Survei Tempat Penelitian	■	■																						
Melakukan Penelitian			■	■																				
Mencari Data					■	■	■	■																
Membuat Proposal									■	■	■	■												
Seminar													■											

