

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

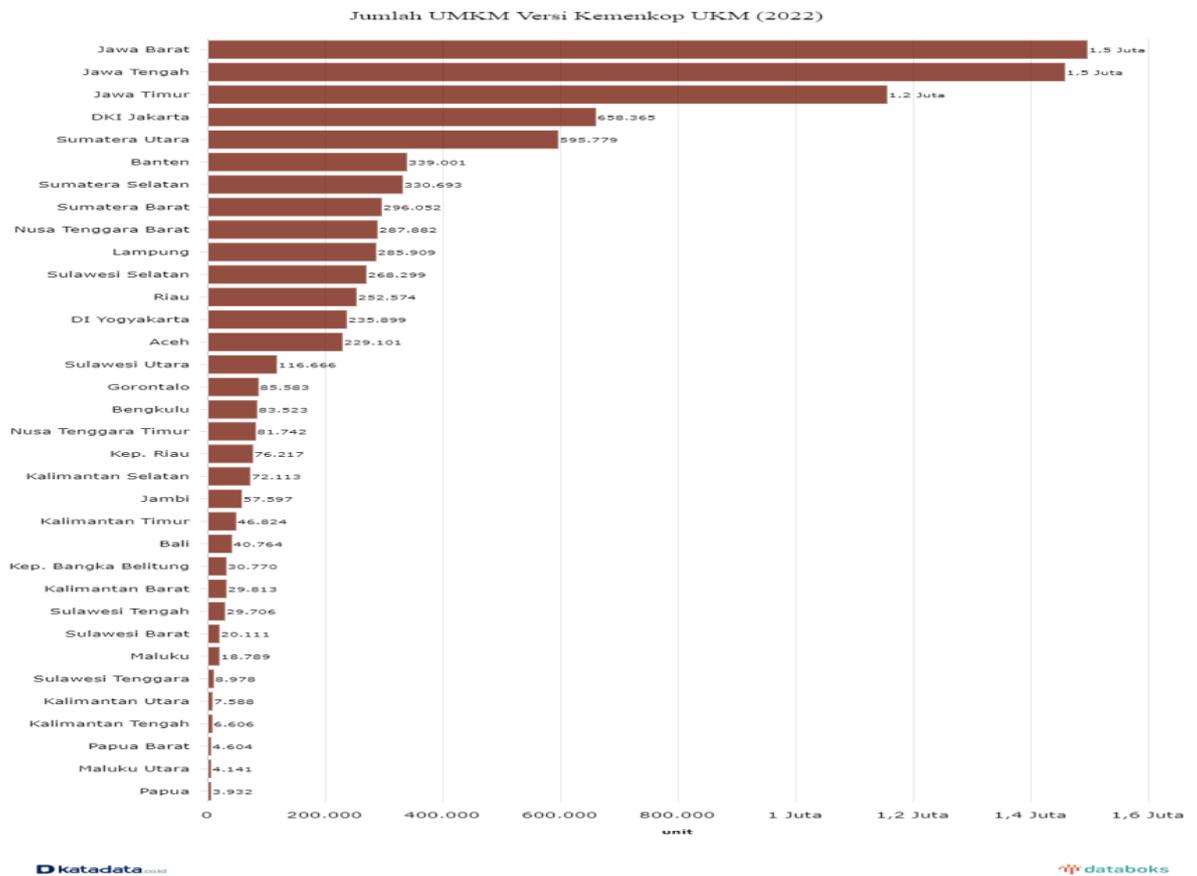
Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) masih menjadi topik yang menarik untuk dibahas, UMKM mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam perekonomian negara. Kehadiran suatu usaha merupakan bagian yang penting dalam pembangunan ekonomi negara yang bertujuan menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi pengangguran, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menggerakkan kegiatan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa peran pengusaha sangatlah penting dan strategis dalam memicu pertumbuhan dan pembangunan ekonomi negara. Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak lepas dari perkembangan UMKM. Salah satu faktor yang menunjukkan berkembangnya suatu usaha mikro adalah kinerjanya (Mufidan dan Fibriyani, 2022). Kinerja UMKM yang Baik akan berpengaruh Terhadap pertumbuhan ekonomi negara dengan meningkatnya kinerja UMKM maka secara otomatis pertumbuhan domestik bruto juga akan semakin meningkat (Nichlatul dan Riza, 2016).

Namun produktivitas usaha mikro masih jauh lebih rendah daripada usaha kecil menengah dan membuat UMKM rapuh dan sulit berkembang. 10 tahun belakangan ini komposisi usaha mikro diangka 98,7%, yang berarti dapat diasumsikan bahwa hampir tidak ada usaha mikro yang mampu naik kelas yang disebabkan oleh rendahnya kinerja dan produktivitas UMKM yang tentunya disebabkan oleh

beberapa faktor yang salah satunya disebabkan oleh kualitas sumber daya manusianya (Hendratmoko, 2021).

Keberadaan UMKM di negara berkembang seperti Indonesia bisa dibilang sebagai tulang punggung perekonomian negara karena mampu menggerakkan perekonomian negara dan mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan agar UMKM lebih berkembang dan mampu mendukung stabilitas perekonomian nasional. Apabila usaha kecil, menengah dan mikro dapat dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan produktivitas, pendapatan masyarakat, serta berkontribusi terhadap pendapatan daerah (Rizaldi dan Linasari, 2021).

Jawa Barat menjadi salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut data yang dilaporkan oleh kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah (Kemekop UKM) pada tahun 2022 Jawa Barat memiliki sekitar 1,5 juta pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh kabupaten dan juga kota yang berada di provinsi Jawa Barat. Jumlah UMKM yang sangat besar di Jawa Barat tentunya akan berperan untuk menyerap tenaga kerja sekaligus mengurangi pengangguran. Salah satu kota di Jawa Barat yang mengalami pertumbuhan yang baik untuk UMKM adalah kota Bandung (Mutiara et al, 2021).



**Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022**

sumber : databoks.katadata.co.id

Kota Bandung sendiri menjadi salah satu kota terbesar di Jawa Barat sehingga berpotensi tinggi untuk meningkatkan ekonomi negara di sektor UMKM khususnya, menurut data yang diperoleh dari Open data jabar Kota Bandung pada tahun 2021 usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Kota Bandung berjumlah 464.346 (opendata.jabarprov.go.id, 2023). Kota Bandung sebagai salah satu kota paling kreatif di Indonesia sehingga dapat menciptakan dan mengembangkan Berbagai jenis usaha (Iffan dan Anggita, 2022).

Kota Bandung menjadi salah satu kota di Indonesia yang cukup pesat bagi UMKM di bidang industri kreatif. Sektor industri kreatif di kota Bandung

merupakan penyokong besar terhadap pendapatan dan perekonomian daerahnya sebagai akibatnya pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung memperlihatkan peningkatan yang tergolong tinggi (Iffan dan Anggita, 2022). Industri Kreatif merupakan industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu (Suhaeni, 2018).

Industri kreatif menjadi salah satu bidang usaha yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat salah satu usaha industri kreatif adalah usaha di bidang fashion. Kota Bandung Menjadi daerah yang mempunyai potensi industri kreatif yang besar dalam posisi nasional yang dimana Kota Bandung Juga dikenal dengan salah satu pusat fashion (Ishak dan Somadi, 2019). Industri kreatif khususnya industri fashion di Kota Bandung sudah cukup berkembang. Sehingga tak salah bila Bandung sejak dulu tersohor sebagai kiblatnya dunia fashion Indonesia. Bahkan Bandung sering disebut sebagai paris van java (Irawan dan Mulyadi, 2016).

Bandung dikenal sebagai kota fashion karena banyak melahirkan banyak pelaku usaha kreatif di bidang ini. Salah satu produk fashion adalah pakaian berbahan kaos yang dihasilkan oleh banyak produsen di kota Bandung (Iriyanti dan Azis, 2023). Perkembangan dunia fashion saat ini semakin digemari oleh berbagai kalangan saat ini fashion dapat dikatakan sebagai kebutuhan yang bukan termasuk dalam kategori sekunder lagi, banyak orang yang mensejajarkan aspek fashion ini menjadi kebutuhan utama ( Astuti dan Saidah, 2020).

Salah satu usaha fashion adalah usaha distro yang menjual produk seperti *T-shirt*, Kemeja, Jaket, Celana, Topi, dll. Kota Bandung memiliki banyak toko – toko

distro yang memiliki gaya dan karakter yang unik. Produk distro di kota Bandung banyak diminati oleh konsumen lokal, domestik, maupun internasional karena orang Bandung dikenal kreatif (Suganda dan Rohman, 2023). Distro atau *Distribution Outlet* merupakan jenis usaha yang memproduksi atau memasarkan barang berupa pakaian maupun aksesoris yang biasanya merupakan produk dari brand lokal (Suhud dan Rohman, 2015). Keunikan distro terdapat pada produknya yang eksklusif, desain yang *up to date* dan *fresh* sehingga dapat merebut hati konsumen (Irawan dan Mulyadi, 2016).

Banyak sekali pusat distro di Kota Bandung yang menarik perhatian pengunjung lokal, luar kota, bahkan luar negeri. seperti di kawasan Jl.Trunojoyo, Jl.Sultan Agung, Jl.Tirtayasa, Jl.Riau, Hallway Space Pasar Kosambi, Plaza Parahyangan, MD Plaza, Paris Van Java Mall.

**Tabel 1. 1**  
**Daftar Pusat Distro di Kota Bandung**

<b>Daftar Pusat Distro di Kota Bandung</b>
Kawasan Jl.Trunojoyo
Kawasan Jl.Sultan Agung
Kawasan Jl.Tiryasa
Kawasan Jl.Riau
Hallway Space Pasar Kosambi
Plaza Parahyangan
MD Plaza
Paris Van Java Mall

*sumber : data diolah peneliti*

Sudah sejak puluhan tahun lalu kota Bandung menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakat yang menginginkan hiburan dengan berbelanja produk – produk Fashion ( Irawan dan Mulyadi, 2016) . Salah satu pusat perbelanjaan fashion distro di Kota Bandung adalah Plaza Parahyangan yang beralamat di Jl. Dalem Kaum No 54, Balonggede, Kec.Regol, Kota Bandung, Jawa Barat. Plaza Parahyangan merupakan pusat perbelanjaan di Kota Bandung yang berdiri sejak 1983. Kemudian pada awal tahun 2005 saat bisnis clothing mulai naik pihak management Plaza Parahyangan menghadirkan outlet distro dimana hingga saat ini terdapat 550 outlet dengan 750 brand distro. Plaza Parahyangan menjadi ikon untuk tren mode *clothing* di Kota Bandung karena dengan mengunjungi satu gedung, para pengunjung sudah dapat mencari kebutuhan fashionnya (plazaparahyangan.com, 2023). Peneliti memilih distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung sebagai tempat penelitian karena merupakan pusat fashion tertua di kota Bandung selain itu Plaza Parahyangan Kota Bandung juga merupakan pusat fashion terbesar dan ternama di Kota kemudian Plaza Parahyangan juga menjadi tujuan populer bagi wisatawan dan penduduk lokal untuk berbelanja produk fashion lokal dengan harga terjangkau.

Untuk dapat terus bersaing dan berkembang pelaku usaha harus mampu meningkatkan kinerja usahanya. Kinerja dalam suatu usaha memegang peran penting sebagai modal awal untuk dapat bersaing dan menjadi suatu perusahaan yang unggul. Kinerja perusahaan yang baik tidak akan tiba dengan sendirinya, tetapi kinerja berhubungan dengan bagaimana perilaku seorang pengusaha, serta budaya yang telah ada dalam organisasi tersebut (Handayani dan Nurjamilah, 2022). Kinerja usaha adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkan hasil kerja

dan tujuan yang dicapai dalam melakukan usaha. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Setiap perusahaan yang sukses dan mampu bertahan pasti memiliki program mengenai kinerja usaha, karena melalui kinerja usaha yang baik dapat secara efektif mengeliminasi pemborosan dan meningkatkan kemampuan bersaing usahanya (Fadila dan Yuniarti, 2021).

Dari penjelasan diatas penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung mengenai kinerja usaha dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Survey Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Kinerja Usaha**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah anda mengalami kenaikan penjualan saat ini ?	8 (40%)	12 (60%)
2. Apakah Anda mengalami kenaikan keuntungan pada saat ini ?	8 (40%)	12 (60%)
3. Apakah anda mengalami kenaikan aset setiap tahunnya ?	11 (55%)	9 (45%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Plaza Parahyangan Bandung, 2023*

Berdasarkan tabel 1.2 hasil suvey awal kepada 20 responden terkait variabel Kinerja Usaha pada distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung terdapat masalah pada pertanyaan pertama yaitu apakah anda mengalami kenaikan penjualan saat ini ? sebesar 60% responden menjawab tidak karena adanya penurunan penjualan setelah lebaran membuat pengusaha sulit beradaptasi dengan keadaan sekarang sehingga sulit untuk mereka menaikkan penjualan. Menurut Tambunan et al (2023) dengan memahami tren yang sedang berlangsung, perusahaan dapat menyesuaikan

strategi bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif dan juga kemampuan adaptasi usaha akan memungkinkan perusahaan untuk menghadapi tantangan yang muncul di masa depan. Dan pertanyaan kedua yaitu apakah anda mengalami kenaikan keuntungan saat ini ? sebesar 60% responden menjawab tidak hal ini terjadi karena kondisi ekonomi yang tidak menentu yang dimana harga bahan baku terus naik sehingga pengusaha mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual produknya yang berakibat pengusaha takut harga produknya menjadi kurang terjangkau dan sepi pembeli sehingga tidak merasakan peningkatan keuntungan. pendapatan yang terus menurun membuat modal tidak bisa berputar dengan baik dan bahan baku yang terus naik, sehingga pengusaha harus bisa mensiasati kenaikan bahan baku dengan bekerja sama dengan pengusaha lain untuk menjadi supplier bahan baku (Suryani, 2021).

Manusia Selaku Mahluk sosial pada perilakunya menjaga kehidupannya serta memenuhi kebutuhan hidup yaitu dengan melaksanakan berbagai usaha (Pradipta dan Iffan, 2021). Usaha dalam meningkatkan kinerja usaha diperlukan peningkatan wawasan pengusaha untuk dapat mengelola usahanya dengan baik karena wawasan wirausaha juga sangat penting bagi seorang wirausahawan. Wirausahawan yang dikatakan sukses merupakan wirausaha yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu (Putri et al., 2021). Semakin tinggi pengetahuan kewirausahaan maka semakin terbuka pula wawasannya tentang kewirausahaan (Anggraeni & Harnanik, 2015). Pengetahuan kewirausahaan pada umumnya didapat melalui pendidikan kewirausahaan atau entrepreneurship di bangku pendidikan. Memiliki wawasan yang luas merupakan faktor utama dalam

mengungguli persaingan selain itu wawasan kewirausahaan juga perlu didukung oleh kreativitas dan sikap yang mendukung. (Putri et al., 2021).

Oleh karena itu penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung mengenai wawasan wirausaha dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 3**  
**Survey Awal Tangapan Pelaku Usaha Terhadap Wawasan Wirausaha**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah anda telah memahami tugas – tugas yang termasuk dalam lingkup tanggung jawab anda sebagai pengusaha ?	20 (100%)	0 (0%)
2. Apakah Anda telah melakukan upaya untuk mengidentifikasi sumber peluang usaha ?	19 (95%)	1 (5%)
3. Apakah solusi yang anda berikan selalu tepat dalam memecahkan masalah ?	7 (35%)	13 (65%)
4. apakah produk yang anda jual memiliki unsur kebaruan ?	14 (70%)	6 (30%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Plaza Parahyangan Bandung, 2023*

Berdasarkan tabel 1.3 hasil suvey awal kepada 20 responden terkait variabel wawasan wirausaha pada distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung terdapat msalah pada pertanyaan kedua yaitu apakah solusi yang anda berikan selalu tepat dalam memecahkan masalah ? sebanyak 65% pengusaha menjawab tidak hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman para pengusaha dalam mengidentifikasi dan mempertimbangkan masalah yang akan terjadi disekitarnya sehingga para pengusaha kurang tepat dalam mencari solusi karena mereka mengaku masalah yang terjadi terkadang diluar prediksi mereka. kurangnya pengetahuan yang terkait dengan masalah akan menyulitkan individu dalam memahami masalah dan melihat alternatif solusi yang tepat untuk mengatasi masalah, serta kecenderungan ingin cepat menemukan solusi, sehingga terkadang pengusaha tidak sabar dan tidak mau

membuang waktu untuk memahami masalah dengan lebih komprehensif (Patnani, 2013).

Selain itu inovasi juga merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja usaha sentuhan inovasi sebagai mekanisme untuk menghasilkan produk, proses dan manajemen yang dibutuhkan untuk meningkatkan dan menyelaraskan dengan perubahan pasar (García-Sánchez et al., 2018). Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan – terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator (orang yang membuat inovasi). Inovasi biasanya sengaja dibuat oleh sang inovator melalui berbagai macam aksi atau pun penelitian yang terencana (Anang dan Anita, 2019). Mengembangkan inovasi menjadi solusi UKM untuk meningkatkan kinerjanya. Namun demikian pada kenyataannya belum semua UKM mampu melakukan inovasi, hal ini menyebabkan UKM belum mampu berkembang dengan maksimal dan cenderung kalah dalam persaingan (Huang et al., 2014).

Oleh karena itu penulis melakukan survey awal dengan membagikan kuisisioner kepada para pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung mengenai Inovasi dengan menggunakan kuisisioner melalui angket dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 4**  
**Survey Awal Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Inovasi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1. Apakah produk yang anda jual sudah banyak dikenal oleh para konsumen?	20 (100%)	0 (0%)
2. apakah dalam membuat produk anda selalu memodifikasi produk pesaing untuk ide produk anda ?	14 (70%)	6 (30%)
3. apakah anda selalu melakukan kegiatan atau akitivitas pengembangan produk untuk dapat membuat perubahan produk ke arah yang lebih baik ?	17 (85%)	3 (15%)
4. apakah saat ini anda sedang menambahkan produk baru ?	8 (40%)	12 (60%)

*sumber : Pelaku Usaha Distro Plaza Parahyangan Bandung, 2023*

Berdasarkan tabel 1.4 hasil suvey awal kepada 20 responden terkait variabel Inovasi pada distro di Plaza Parahyangan Kota Bandung terdapat permasalahan pada pertanyaan keempat yaitu apakah saat ini anda sedang menambahkan produk baru ? sebanyak 60% pengusaha menjawab tidak karena para pengusaha merasa mereka sudah memiliki semua varian produk pada distro nya sehingga pengusaha kekurangan ide atau inovasi untuk membuat produk baru ditambah dengan kurangnya penjualan saat ini membuat pengusaha takut jika produk barunya tidak terjual sesuai target. Menurut Nugraha (2022) Inovasi produk dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan produk pesaing, apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen.

Berdasarkan penjelasan hasil survey awal dan fenomena – fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul “ **Pengaruh Wawasan Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi Pada Distro Di Plaza Parahyangan Bandung** ”.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan survey awal pada latar belakang penelitian diatas yang berkaitan dengan wawasan wirausaha terhadap kinerja usaha melalui inovasi, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Pelaku usaha distro di plaza parahyangan bandung belum mampu untuk dapat menaikkan penjualan produknya.
2. Pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Bandung belum mampu untuk dapat menaikkan keuntungannya.
3. Pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Bandung masih kurang pemahaman untuk dapat mengidentifikasi masalah.
4. Pelaku usaha distro di Plaza Parahyangan Bandung masih kurang memiliki keterampilan dalam menemukan ide dan berinovasi untuk dapat menambah produk nya.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini mempunyai perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Wawasan Wirausaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Inovasi pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Inovasi pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.
7. Seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh wawasan wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada toko distro di plaza parahyangan bandung

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Wawasan Wirausaha distro di Plaza Parahyangan Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Inovasi pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kinerja Usaha pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Inovasi Pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Kinerja Usaha Pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha Pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Wawasan Wirausaha terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi Pada distro di Plaza Parahyangan Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1. Bagi Penulis**

Semoga dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk penulis terkait Wawasan Wirausaha terhadap Kinerja Usaha melalui Inovasi pada Distro di Plaza Parahyangan Bandung.

##### **2. Bagi Pelaku Usaha**

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha bagaimana wawasan wirausaha dan inovasi yang baik dalam meningkatkan kinerja usaha sehingga para pelaku usaha dapat memahami dan melakukan evaluasi dalam meningkatkan kinerjanya.

##### **3. Bagi Pihak Lain**

Diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan dan mungkin dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut khususnya mengenai wawasan wirausaha terhadap kinerja usaha melalui inovasi.

## 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Penulis Melakukan Penelitian di Jl. Dalem Kaum No 54, Balonggede, Kec.Regol, Kota Bandung, Jawa Barat.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan maret 2023 sampai dengan bulan agustus 2023. adapun jadwal penelitian penulis sebagai berikut :

**Tabel 1. 5**  
**Pelaksanaan Penelitian**

no	Uraian	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
1	Survey Tempat Penelitian	■	■																						
2	Melakukan Penelitian			■	■																				
3	Mencari Data					■	■																		
4	Membuat Proposal							■	■	■	■														
5	Seminar											■	■												
6	Revisi													■	■	■	■								
7	Penelitian Lapangan																	■							
8	Bimbingan																			■	■	■	■		
9	Sidang																								■

*sumber : data diolah peneliti*