

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemerintah Provinsi Jawa Barat (Jabar) bersama Pemerintah Kota Bandung melakukan sinergitas dengan menggelar program pendampingan terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan merealisasikan program UMKM Juara. Pendampingan dilakukan kepada sekitar 150 pelaku usaha, oleh sekitar 25 pendamping dan seorang koordinator. Proses pendampingan dilakukan hingga mereka naik kelas atau peningkatan kualitas produk. Menurut data, UMKM di Kota Bandung memberi kontribusi sekitar 80% terhadap PDB. Makanya kami beri pendampingan dan gelar kriya ini rutin digelar, karena mereka memang perlu sekali untuk dibantu sosialisasikan produk (sindonews.com, diakses pada Desember 2022).

Dengan semakin banyaknya para pengunjung yang mendatangi kota ini, maka semakin berkembang pula berbagai macam bidang peluang usaha, banyak para pelaku usaha yang memanfaatkan peluang ini dan berhasil sukses menjalankan bisnisnya (infopeluangusaha.org, diakses Desember 2022).

Dinas perdagangan dan industri memiliki kontribusi hampir sepersen untuk pertumbuhan ekonomi Kota Bandung (bandung.go.id, di akses Desember 2023). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan penjualan digital di Kota Bandung mengalami peningkatan pesat saat pandemi Covid-19 yang sangat berdampak pada laju ekonomi di Kota Bandung dari tahun 2020 hingga akhir 2021. Per tahun 2022,

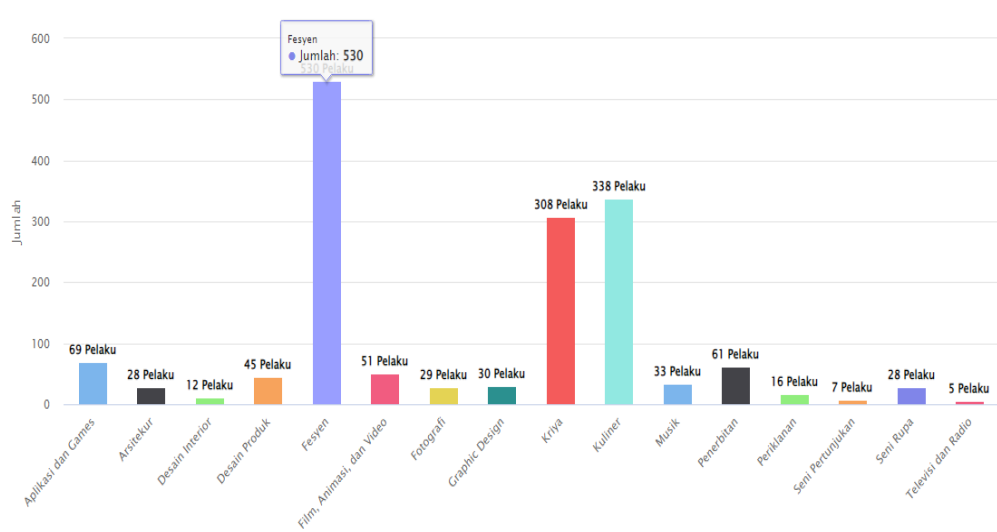
pertumbuhan UMKM di Kota Bandung bertambah hingga 180.000 usaha baru. Sedangkan aktivitas transaksi perdagangan daring meningkat hingga 150 persen.

Tiga produk dengan angka penjualan tertinggi tersebut antara lain: Fesyen, makanan dan minuman, serta produk kesehatan. Sejauh ini, ada beberapa upaya yang dilakukan Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung dalam meningkatkan dan memfasilitasi pertumbuhan UMKM di Kota Bandung. Pertama dengan menggelar pelatihan daring. Pada 2021, DISDAGIN Kota Bandung memberikan pelatihan kepada 600 pelaku UMKM di Kota Bandung (Bandung.go.id, Desember 2023)

Dengan lajunya perkembangan dan pertumbuhan pelaku usaha baru, ini menggambarkan bagaimana masyarakat dapat dengan baik mengelola dan memanfaatkan peluang yang ada dengan situasi yang di alami. Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan tindakan yang tepat guna dalam memastikan kesuksesan (Basrowi, 2016).

Saat ini ada banyak tren bisnis di Bandung ataupun tren peluang usaha online di Provinsi Jawa Barat (Jabar), baik dijalankan dengan cara toko online maupun gerai offline telah mengalami pasang surutnya, perkembangan tren bisnis di jaman milenial ini semakin mengharuskan para pelaku industri ekonomi kreatif untuk senantiasa menggunakan media internet dan strategi digital marketing sebagai kiat promosi andalan kekinian (silaenseo.com, diakses Desember 2022).

Tren fesyen di Indonesia didominasi oleh style Korea dan barat, walaupun ada juga yang berciri khas Indonesia. Brand luar juga sudah sangat terkenal dan berpengaruh kuat dalam pasar Indonesia. Meskipun begitu, saat ini brand lokal sudah mulai tumbuh dan tak kalah bersaing dengan brand luar yang terkenal. Eksistensi brand lokal semakin didukung dengan kemudahan pemasaran produknya. Sebab, saat ini, sudah banyak e-commerce yang bisa dipilih saat berbelanja. Kehadiran e-commerce memudahkan para pelaku dunia fesyen dalam memasarkan produknya dengan jangkauan yang lebih luas. Bahkan dapat dilihat dari tahun ke tahun perkembangan fasyen selalu mengalami pertumbuhan yang signifikan.



Sumber : www.patrakomala.disbudpar.bandung.go.id

Gambar 1. 1 Jumlah Ekonomi Kreatif Per Subsektor yang Terdaftar (2021)

Berdasarkan data pada gambar 1.1 terlihat bahwa pada tahun 2021 pelaku usaha di bidang fesyen mendominasi dibandingkan usaha-usaha lainnya, dimana terdapat 530 pelaku usaha yang tersebar diseluruh kota Bandung baik dalam usaha

skala kecil menengah dan besar, jumlah 530 pelaku usaha ini adalah pelaku usaha yang terdaftar DISBUDPAR Kota Bandung.

Salah satu tempat yang memiliki pelaku usaha atau usaha dalam bidang fesyen yaitu Balubur Town Square, dimana Balubur Town Square memiliki pelaku usaha dengan jenis fesyen - fesyen yang unik serta memiliki banyak pilihan baik bagi anak-anak ataupun orang dewasa. Balubur Town Square merupakan salah satu pilihan yang dapat dipilih sebagai tempat memperoleh fesyen yang diinginkan karena Balubur Town Square sudah memiliki sejarah Panjang dalam penjualan fesyen di Bandung.

Dengan terus berkembangnya dunia fesyen mengharuskan kinerja pelaku usaha lebih pasif dan cepat dalam mengikuti perkembangan dan memiliki kemampuan tersendiri dalam memasarkan produk, jika tidak hal ini akan sulit bagi pelaku usaha untuk berkembang dan bertahan.

Hal ini terbukti dengan banyaknya pelaku usaha di Balubur Town Square mulai sepi pengunjung dan juga memilih untuk tutup atau bangkrut, selain karena adanya penurunan pembelian akibat dari pandemic juga disebabkan kinerja yang dimiliki pelaku usaha hanya fokus pada penjualan offline dan tidak mencoba fokus ke online.

Dalam hal ini membuktikan usaha fesyen sangat memiliki peluang besar dalam memulai usaha, karena untuk memulai banyak metode yang dapat dilakukan agar tidak mengerluakan biaya yang besar seperti cara tradisional, karena dapat memanfaatkan internet saja tanpa membutuhkan tempat dan biaya operasional lainnya.

Selain hal tersebut, yang menjadikan usaha fesyen semakin berkembang yaitu fesyen sudah menjadi keharusan untuk difikirkan dalam berkegiatan sehari-hari hal ini terbukti dengan terjadinya pandemic usaha fesyen masih dapat bertahan dengan melakukan kinerja yang lebih baik dengan melihat perubahan yang terjadi serta focus pada kesuksesan usaha.

Robins dalam Yunus Handoko (2023) Kinerja di artikan sebagai kesuksesan yang dicapai seseorang melaksanakan suatu pekerjaan. Kesuksesan yang dimaksud tersebut ukurannya tidak dapat disamakan pada semua orang, namun lebih merupakan hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku sesuai dengan pekerjaan yang ditekuninya.

Berdasarkan hal tersebut untuk pelaku usaha agar dapat mencapai kesuksesan atas usaha yang dilakukan yaitu harus memiliki Kinerja yang baik atas usahanya, berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan survey tentang Kinerja usaha pada pelaku usaha fesyen di Balubur Town Square dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Pra Survey Kinerja Usaha Fesyen di Balubur Town Square Bandung

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Saya merasakan adanya peningkatan penjualan produk fesyen selama 3 tahun ini	23	76,7%	7	23,3%
2	Produk fesyen yang saya jual mengalami peningkatan kuantitas selama 3 tahun ini	16	53,3%	14	46,7%
3	Saya merasakan adanya peningkatan profit produk fesyen selama 3 tahun ini	21	70,0%	9	30,0%
4	Produk fesyen yang saya jual mengalami peningkatan profit selama 3 tahun ini	15	50,0%	15	50,0%
5	Usaha fesyen yang saya jalani mengalami pertumbuhan usaha selama 3 tahun ini	18	60,0%	12	40,0%
6	Saya puas akan pertumbuhan usaha selama 3 tahun ini	8	26,7%	22	73,3%
Rata-Rata		16,8	56,1%	13,17	43,9%

Sumber: Pengolahan data kuisisioner pra survey (2023)

Berdasarkan kuisisioner pra survey 1.1 kinerja usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung kurang optimal, hal ini dapat di lihat berdasarkan nilai usaha produk fesyen yang menjawab tidak sebesar 73,3% dimana permasalahan utama yang dirasakan oleh para usahawan adalah tidak adanya pertumbuhan usaha selama 3 tahun terakhir ini, peneliti menduga hal itu dikarenakan bisnis offline pada saat ini yang mulai tergerus akan persaingan bisnis secara online. Pedagang tidak memanfaatkan teknologi dengan baik sehingga penjualannya tidak meningkat dan terbilang menurun dari waktu ke waktu.

Harusnya pelaku usaha dapat membaca pasar sekarang yang lebih banyak orang melakukan pembelian online di banding membeli secara langsung ke took-toko, selain harganya yang terbilang lebih murah di online dibandingkan offline karena berjualan secara online tidak membutuhkan biaya operasional yang besar

terutama biaya menyewa tempat yang memakan biaya cukup besar. Untuk meningkatkan pendapat pelaku usaha di Balubur Town Square, para pelaku usaha harus melakukan inovasi atas usaha yang di jalankan selain secara offline juga harus memulai memanfaatkan fasilitas internet dalam memasarkan produk yang dijual, dengan melakukan inovasi atas model bisnis yang awalnya focus melakukan penjualan secara offline juga harus melakukan penjualan secara online dengan memperbaiki dan melakukan inovasi dari segi pelayanan dan penjualan sehingga akan memperoleh tambahan pemasukan yang meningkat. Tobari (2021) Model bisnis adalah merupakan alat bantu yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap suatu nilai tambah.

Berdasarkan hal tersebut peneliti juga tertarik melakukan survey kepada pelaku usaha di Balubur Town Square tentang rencana inovasi model bisnis yang dilakukan untuk bertahan dan terus berkembang. Dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Pra Survey Inovasi Model Bisnis Usaha Fesyen di Balubur Town Square Bandung

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Produk atau layanan bisnis yang saya lakukan menggunakan ide atau metode yang lebih baru dibandingkan dengan pesaing	17	56,7%	13	43,3%
2	Saya terus mencari segmen dan pasar konsumen baru	24	80,0%	6	20,0%
3	Saya mengadopsi tindakan inovatif untuk meningkatkan jumlah konsumen	20	66,7%	10	33,3%
4	Saya atau karyawan terus dilatih untuk mengembangkan kompetensi baru	19	63,3%	11	36,7%
5	Saya secara teratur memanfaatkan peluang teknis baru untuk memperluas portofolio produk dan layanan	21	70,0%	9	30,0%
6	Saya terus mencari mitra kolaborasi baru	17	56,7%	13	43,3%
7	Saya sangat memperhatikan tren di industri dan terus menyesuaikan posisi dalam jaringan organisasi diantaranya pemasok, distributor, pelanggan, pesaing dan sebagainya yang terlibat.	13	43,3%	17	56,7%
Rata-Rata		18,7	62,4%	11,29	37,6%

Sumber: Pengolahan data kuisisioner pra survey (2023)

Berdasarkan kuisisioner pra survey 1.2 peneliti beranggapan inovasi model bisnis usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung juga kurang optimal, peneliti menduga hal ini dikarenakan usahawan produk fesyen di Balubur Town Square Bandung tidak memerhatikan tren dalam pelanggan seperti, pasar mereka siapa? Pasar modelnya apa? Pasar butuhnya bahan apa? Modelnya seperti apa? Serta harga dan kualitas barang memiliki keunggunaan apa disbanding pesain, sebagaimana dari point pernyataan ke-7 sebanyak 56,7% menjawab tidak. Hal ini dapat dilihat

bahwa pelaku usaha masih belum optimal melihat peluang dan pasar untuk memperoleh keuntungan yang lebih.

Selain kurangnya focus para pelaku usaha dalam melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dengan merubah atau mengganti dengan inovasi model bisnis yang baru, pelaku usaha juga kurang mampu dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang ada serta tidak memiliki orientasi yang jelas atas usaha yang dijalankan dalam menentukan arah dan target usaha. Selain inovasi model bisnis didapati teori dan penelitian lain akan variabel orientasi kewirausahaan yang dapat mempengaruhi kinerja secara positif dan signifikan Dinda Riri Saraswati (2022).

Berdasarkan hal tersebut peneliti juga tertarik melakukan survey kepada pelaku usaha di Balubur Town Square tentang orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha fesyen di Balubur Town Square. Dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 3
Pra Survey Orientasi Kewirausahaan Usaha Fesyen di Balubur Town Square Bandung

No	Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
1	Saya memiliki ide baru untuk melakukan pemecahan masalah	28	93,3%	2	6,7%
2	Saya menerapkan ide baru untuk melakukan pemecahan masalah	17	56,7%	13	43,3%
3	Saya berani mengambil resiko dalam berbisnis	16	53,3%	14	46,7%
4	Saya semakin aktif berbisnis baik dalam melakukan pelayanan pada konsumen ataupun kegiatan jual beli dari tahun ke tahun	12	40,0%	18	60,0%
Rata-Rata		18,3	60,8%	11,75	39,2%

Sumber: Pengolahan data kuisisioner pra survey (2023)

Berdasarkan hasil kuisioner pada tabel 1.3 peneliti beranggapan orientasi kewirausahaan usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung juga kurang optimal, hal ini berdasarkan point ke-4 yang menyatakan sebanyak 60% pelaku usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung dari waktu ke waktu semakin tidak aktif dalam melakukan penjualan seperti memberikan pelayanan yang optimal, menyambut konsumen dan tidak focus menunggu konsumen. Selain itu pelaku usaha juga diidentifikasi cepat puas atas hasil yang ada dan tidak melakukan perubahan yang baik dalam meningkatkan jumlah pembeli agar usaha dapat bertahan dan berkembang dengan cepat. Hal ini dapat di lihat dari hasil presurvey hanya sebanyak 56,7% pembisnis yang berani mengaplikasikan ide baru, meskipun ide baru tersebut tidak di jalankan secara optimal karena pelaku usaha tidak berani mengambil risiko yang besar.

Berdasarkan informasi dan data di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait variabel kinerja, inovasi model bisnis dan orientasi kewirausahaan sebagai pembuktian kebenaran faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja akan kesuksesan usaha, sehingga peneliti tertarik melakukan pengambilan judul **“Pengaruh Inovasi Model Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Fesyen di Balubur Town Square Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diketahui beberapa masalah sebagai berikut:

1. Adanya pengurangan pembelian produk fesyen secara offline di Balubur Town Square menjadi pembelian secara online.
2. Usahawan produk fesyen di Balubur Town Square kurang mendalami akan trend industri fesyen saat ini.
3. Pelaku usaha produk fesyen di Balubur Town Square memiliki dan mengetahui ide bisnis yang bisa mereka lakukan tetapi keberanian dalam mengaplikasikan ide tersebut terbilang kurang maksimal.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah tersebut didapati rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi model bisnis, orientasi kewirausahaan dan Kinerja Usaha di Balubur Town Square Bandung
2. Apakah Inovasi Model Bisnis berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung
3. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung
4. Seberapa besar pengaruh inovasi model bisnis dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha baik secara parsial maupun simultan pada usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini yaitu menggambarkan keadaan variabel dan membuktikan hubungan kausalitas antara variabel inovasi model bisnis dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha yang dilakukan pada usaha bisnis fesyen di Balubur Town Square Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1.3.3

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Inovasi Model Bisnis, Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha di Balubur Town Square Bandung
2. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap kinerja usaha secara parsial di Balubur Town Square Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja usaha secara parsial di Balubur Town Square Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi model bisnis dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha baik secara parsial maupun simultan pada usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Pelaku Usaha

Dengan penelitian ini penulis berharap dapat dijadikan salah satu bahan masukan bagi wirausaha terutama untuk usaha fesyen di Balubur Town Square Bandung dalam meningkatkan atau memaksimalkan kinerja usaha yang di dukung oleh faktor yang di duga mampu mempengaruhinya yaitu inovasi model bisnis dan orientasi kewirausahaan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pihak Lain

Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi sumber informasi dalam mengembangkan pengetahuan dan menjadi pedoman terkait inovasi model bisnis, orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai inovasi model bisnis, orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha. Selain itu, juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Balubur Town Square di Jl. Tamansari No.P-2, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, 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. 4
Waktu 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	Sidang proposal													■	■	■	■												
6	Revisi														■	■	■	■											
7	Penelitian lapangan																		■	■	■								
8	Bimbingan																			■	■	■	■						
9	Sidang																					■	■	■	■	■	■	■	

