

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia termasuk bagian dari negara Asia Tenggara yang tingkat perekonomiannya belum mapan. Kondisi ini telah menimbulkan masalah sosial seperti jumlah pengangguran meningkat, kemiskinan yang meningkat dan kualitas dari sumber daya manusia yang kurang baik, sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diandalkan oleh masyarakat untuk dijadikan cara pengembangan ekonomi nasional. Hal ini selaras dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4 dimana UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada halaman Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) pada tahun 2019 terdapat 65,465,497 unit UMKM dimana jumlah ini telah naik sebanyak 1,271,440.5 unit dari tahun 2018 yang awalnya berjumlah 64,194,057 unit. Selain itu, berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM pada tahun 2020 adalah 64,19 juta dengan andil ke dalam PDB berupa 8.573,89 triliun rupiah atau 61,97% (Maryanto, Chalim, & Hanim, 2022). Dengan banyaknya nominal UMKM, maka perlu dilakukan peningkatan kinerja usaha agar perusahaan tetap memperoleh keuntungan dan tetap tumbuh (Abdullah,

Basalamah, Kamase, & Dani, 2017), terutama agar mampu menyaingi produk asing yang marak beredar di sentra industri Indonesia, khususnya karena di dalam sektor ekonomi di Indonesia, sebagian besar tenaga kerjanya berkontribusi di dalam UMKM.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2020 UMKM (dalam bidang ekonomi) mampu menyerap 97% tenaga kerja Indonesia serta memberikan kontribusi sebesar 60,4% dari total investasi (Maryanto, Chalim, & Hanim, 2022). Dapat dilihat bahwa UMKM sebagai salah satu bentuk kegiatan bisnis ini dapat mengatasi masalah kemiskinan dimana menghasilkan sebuah peningkatan pada bidang ekonomi daerah maupun nasional.

Bisnis ialah organisasi yang melakukan kegiatan jual beli produk maupun jasa kepada *customer* untuk memperoleh laba (Kamaluddin & Rapanna, 2017). Bisnis memiliki 4 jenis kegiatan, diantaranya bisnis ekstraktif, bisnis agraris, bisnis jasa dan bisnis industry (Kamaluddin & Rapanna, 2017). Adapun sentra industri berdasarkan Peraturan Menteri dalam Negeri No. 7 Tahun 1993 merupakan pusat dari aktivitas industri pengolahan yang memiliki fasilitas penunjang yang dikelola oleh perusahaan di sentra seperti sarana prasarana (Maunanta, Jahrizal, & Aulia, 2021).

Berdasarkan informasi dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian (DISDAGIN) Kota Bandung, jumlah industri di kota Bandung pada tahun 2018 mencapai 4.043 unit industri dimana 75% (2.987 unit) diantara merupakan industri kecil dan 26% (1.056 unit) merupakan industri sedang. DISDAGIN juga

menyebutkan bahwa jenis industri yang paling banyak tersebar di kota Bandung adalah industri *textile* dan produk *textile*, industri makanan dan minuman dan industri percetakan yang berpotensi melakukan peningkatan terhadap pertumbuhan di bidang ekonomi. Berikut merupakan Tabel Sentra Industri yang tersebar di Kota Bandung:

Tabel 1.1
Sentra Industri di Kota Bandung

No.	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 Pakaian Jadi di Cigondewah
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 Cigondewah
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 Kusen di Astana Anyar

Sumber: Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung (2018)

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat 30 sentra industri di Kota Bandung. Berhubungan dengan hal tersebut, peneliti memilih Sentra Industri Percetakan Pagarsih sebagai objek penelitian karena peneliti menemukan bahwa beberapa toko

gulung tikar karena adanya pandemi COVID-19. Sedangkan dalam toko yang masih bertahan, sebagian besar pelaku usahanya mengaku sedang mengalami masalah dalam bidang keuangan, sehingga peneliti ingin meneliti masalah tersebut. Selain itu, sentra ini memiliki berbagai pelayanan produk dan jasa serta peralatan perusahaan yang sesuai dengan item pertanyaan survey awal maupun kuesioner akhir yang peneliti buat. Item pertanyaan tersebut berlandaskan indikator dari variabel penelitian, maka pertanyaan tersebut akan sesuai dengan sentra ini karena pelaku usaha Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung secara otomatis akan memenuhi kualifikasi maupun pengalaman untuk dapat menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan. Peneliti tidak memiliki relasi di sentra tersebut dan ingin hasil penelitian murni sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Toko-toko yang ada pada jalan Pagarsih ini memiliki luas bangunan dan jumlah maupun kemampuan mesin yang berbeda-beda. Peneliti ingin mengetahui bila itu akan mengakibatkan terciptanya jawaban yang berbeda saat peneliti menyebarkan kuesioner. Terutama dengan banyaknya toko yang ada, peneliti tertarik untuk mengetahui kinerja usaha yang diciptakan di masing-masing toko. Selain itu, peneliti tertarik terhadap fakta bahwa sentra ini merupakan sentra industri rakyat turun-temurun di Kota Bandung yang terkenal, banyak peminatnya dan ratusan tokonya tersebar di sepanjang Jalan Pagarsih. Produk dan jasa yang ditawarkanpun beragam, sehingga cocok untuk variabel yang digunakan peneliti pada penelitian ini dimana sentra ini menyediakan pelayanan berupa jasa percetakan skala kecil, menengah maupun besar. Berikut merupakan macam-macam produk percetakan yang tersedia (Maxipro, 2020):

Tabel 1.2
Macam-Macam Produk Percetakan

No.	Jenis	Bentuk
1.	Barang	Kartu nama, kop surat, amplop surat, <i>invoice</i> , brosur, <i>flyer</i> , poster, <i>block note</i> , kalender, stempel, ID Card, plakat, kotak kemasan, <i>banner</i> , tas belanja, <i>wallpaper</i> , kartu undangan, majalah, buku Yasiin dan tahlilan, hang tag, label, bon, baliho, spanduk dan nota.
2.	Jasa	Penjilidan, <i>cutting</i> , <i>embossing</i> , <i>folding</i> , <i>laminating</i> dan <i>hardcover</i> .

Sumber: *Macam-Macam Produk Percetakan Berdasarkan Maxipro dan Wisata Bandung (2020)*

Untuk lebih spesifik lagi terkait informasi pelayanan yang diberikan sebuah toko percetakan, berikut merupakan pelayanan percetakan yang diberikan oleh salah satu toko pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, yaitu toko yang bernama Sinar Pelita Printing (Ringan, 2022):

Tabel 1.3
Pelayanan Percetakan pada Sinar Pelita Printing

No.	Pelayanan (Produk)	Keterangan
1.	Spanduk dan <i>Banner</i>	Menyediakan layanan percetakan untuk spanduk dan <i>banner</i> dengan variasi bahan berupa <i>flexi</i> , <i>luster</i> dan <i>albatross</i> . Adapun pelayanan percetakan <i>standing banner</i> yang dapat <i>customer</i> gunakan untuk keperluan <i>event</i> atau media promosi berbentuk <i>banner</i> dengan penyanggah kaki di bagian belakang <i>banner</i> berbentuk "X" atau "Y". <i>Standing banner</i> ini menggunakan metode <i>print digital</i> .
2.	<i>Sticker</i>	Menyediakan layanan percetakan untuk <i>sticker</i> dengan berbagai macam ukuran dan bahan.
3.	Kemasan	Menyediakan layanan percetakan untuk kemasan <i>sachet</i> dan kemasan <i>standing pouch</i> . Kemasan ini berbahan aluminium <i>foil</i> / <i>metalize</i> yang memiliki laminasi <i>glossy</i> dan dapat pula berbahan laminasi <i>doff</i> .
4.	Paper Cup (Gelas Kertas)	Menyediakan layanan percetakan untuk kemasan minuman yang berbentuk gelas yang bahan utamanya adalah kertas <i>food grade</i> berlaminasi.
5.	Kartu	Menyediakan layanan percetakan untuk berbagai jenis kartu seperti <i>Magnetic Card</i> , <i>ID Card</i> , <i>RFID & Magnetic Card</i> , <i>Proximity Card</i> dan kartu nama.
6.	Brosur	Menyediakan layanan percetakan untuk brosur ukuran A5, A4, A3, dan juga F4 dengan kertas <i>art paper</i> yang memiliki tekstur licin serta mengkilap di bagian kedua sisinya

Sumber: *Ringan (2022)*

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa toko pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung menyediakan produk dan jasa yang sangat beragam. Selain itu, agar pelaku usaha yang sedang mencoba membangun usaha memiliki usaha yang bertahan lama dan tidak gulung tikar, maka pelaku usaha harus memiliki

kinerja usaha yang baik. Kinerja usaha merupakan kegiatan berupa pemahaman, penciptaan, komunikasi, dan pemberian nilai kepada *customer* untuk meningkatkan laba bagi perusahaan (Inovati et al., 2018 dalam Siregar, Siregar, & Pitriyani, 2021). Kinerja usaha ini merupakan hasil evaluasi terhadap pekerjaan perusahaan yang dicapai karyawan yang telah diberikan tugas dan peran selama periode tertentu dengan aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Kumalasari & Haryono, 2019 dalam Siregar, Siregar, & Pitriyani, 2021). Sehubungan dengan hal itu, pelaku usaha perlu memiliki *entrepreneurial mindset* dan *entrepreneurial competence* agar kinerja usahanya dapat optimal.

Untuk melihat bagaimana pengaruh *entrepreneurial mindset* dan *entrepreneurial competence* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, maka peneliti melakukan survey awal dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada 30 pelaku usaha selaku responden yang merupakan pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung dan dipilih secara acak untuk mengisi kuisisioner tersebut. Kinerja Usaha memiliki tiga indikator yang meliputi peningkatan penjualan, peningkatan profit dan pertumbuhan memuaskan (Sugiarto dalam Ariani, P., & Violinda, 2023), maka peneliti membuat survey awal mengenai kinerja usaha seperti berikut:

Tabel 1.4
Survey Awal Mengenai Kinerja Usaha

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah usaha Anda mengalami peningkatan jumlah penjualan produk secara berkala?	16 (53%)	14 (47%)
2.	Apakah Anda mengalami peningkatan jumlah profit secara berkala?	14 (47%)	16 (53%)
3.	Apakah Anda mengalami peningkatan jumlah pelanggan secara berkala?	22 (73%)	8 (27%)

Sumber: Survey Awal Mengenai Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel survey awal mengenai indikator kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, terdapat masalah yang terjadi pada salah satu indikator kinerja usaha yaitu pada indikator peningkatan profit (no. 2). Perolehan persentase yang rendah pada indikator peningkatan profit diperkuat dengan diberlakukannya wawancara kepada pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, yaitu Ibu Robiah dari Pola Pracetak dan *Digital Print*. Informasi yang didapat dari hasil wawancara tersebut yaitu pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung tidak mengalami peningkatan jumlah profit secara berkala karena profit yang didapat beberapa bulan terakhir adalah *flat* atau tetap dan tidak mengalami peningkatan. Hal ini karena toko fokus untuk menstabilkan pemasukan perusahaannya yang sebelumnya pernah turun drastis karena adanya pandemi COVID-19. Meskipun saat ini pandemi COVID-19 sudah mereda, namun masih ada perusahaan yang perekonomiannya belum stabil. Ibu Robiah mengatakan bahwa pelanggannya menghilang (tidak melakukan pesanan) sejak adanya pandemi COVID-19. Saat ini mendapatkan pelanggan-pelanggan baru, namun uangnya dimanfaatkan untuk keperluan operasional terutama untuk menutupi kerugian akibat pandemi COVID-19. Selain itu, ada juga yang mengatakan bahwa perekonomian perusahaannya telah stabil, namun profit

yang didapat masih *flat* dan tidak mengalami peningkatan. Hal ini perlu diperhatikan karena jika diibaratkan seperti jenjang karir, dalam bisnis profit juga perlu untuk mengalami peningkatan.

Variabel kinerja usaha diindikasikan dapat dipengaruhi variabel *entrepreneurial mindset*. *Entrepreneurial mindset* merupakan kemampuan untuk berulang kali menghasilkan ide produk atau layanan baru, mengubah semua sumber daya menjadi penggunaan baru serta membawa ide-ide baru dari banyak sumber (Asenge, Diaka, & Soom, 2018).

Entrepreneurial mindset memiliki tiga indikator yang meliputi *innovativeness*, *opportunity recognition*, *pro-activeness*, *quick action/alertness* dan *creativity*, maka peneliti membuat survey awal mengenai *entrepreneurial mindset* seperti berikut:

Tabel 1.5
Survey Awal Mengenai *Entrepreneurial Mindset*

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah Anda mampu memunculkan inovasi desain produk baru yang berbeda dari pesaing demi meningkatkan penjualan?	12 (40%)	17 (60%)
2.	Apakah Anda memiliki pandangan masa depan untuk menemukan peluang usaha?	16 (53%)	14 (47%)
3.	Apakah Anda berinisiatif untuk melakukan perencanaan dan melakukan usaha untuk mencapainya?	28 (93%)	2 (7%)
4.	Apakah Anda berupaya mengumpulkan informasi produk yang baru beredar di pasaran agar dapat menjualnya sebelum pesaing menjualnya?	26 (87%)	4 (13%)
5.	Apakah Anda mampu memberikan pelayanan yang berbeda dari pesaing dan bermanfaat bagi <i>customer</i> ?	28 (93%)	2 (7%)

Sumber: Survey Awal Mengenai *Entrepreneurial Mindset* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel survey awal mengenai indikator *entrepreneurial mindset* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, terdapat masalah yang terjadi pada salah satu indikator *entrepreneurial mindset* yaitu pada indikator

innovativeness (no. 1). Perolehan persentase yang rendah pada indikator *innovativeness* diperkuat dengan diberlakukannya wawancara kepada pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, yaitu Bapak Deri dari Rovell Printing. Informasi yang didapat dari hasil wawancara tersebut yaitu pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung tidak berusaha untuk memunculkan inovasi desain produk baru. Alasannya adalah karena mereka terbiasa menerima desain yang telah dibuat oleh *customer* untuk keperluan *printing*. Hal tersebut dikarenakan mereka terbiasa memberikan saran-saran yang terbaik terkait bahan, bentuk maupun desain sesuai dengan yang *customer* inginkan setelah *customer* menunjukkan desainnya terlebih dahulu. Bapak Deri mengatakan bahwa terkadang ada *customer* yang tidak membuat desainnya sendiri dan meminta saran terkait apa yang paling sesuai dengan keinginan serta kebutuhan mereka, lalu pelaku usaha akan memberikan saran, kemudian berdiskusi untuk merevisi desain yang disarankan. Dengan adanya kejadian tersebut, seharusnya pelaku usaha menyiapkan berbagai inovasi desain produk yang berbeda dari pesaing karena biasanya *customer* membandingkan harga, kualitas dan penampilan suatu produk sebelum yakin untuk membelinya.

Perusahaan perlu membina *entrepreneurial mindset* untuk lebih proaktif dan lebih berfokus kepada perkembangan demi kinerja usaha yang baik. Maka, pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung masih perlu melakukan peningkatan, misalnya dengan mengoptimalkan *entrepreneurial competence*.

Selain itu, variabel *entrepreneurial mindset* juga diindikasikan dapat dipengaruhi variabel *entrepreneurial competence*. *Entrepreneurial competence* merupakan

keterampilan, pengetahuan serta kemampuan seseorang yang berhubungan dengan kinerja (Suryana dalam Iskandar, et. al., 2022). Adapun *entrepreneurial competence* merupakan kemampuan untuk menciptakan visi agar menyusun sistem perusahaan untuk kinerja usaha yang lebih baik (Khalid & Bhatti, 2015 dalam Kisubi, et. al., 2022). *Entrepreneurial Competence* dilihat dari keterampilan, pengetahuan serta kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan usaha (Iffan & Suharlin, 2022). *Entrepreneurial competence* memiliki empat indikator yang meliputi *technical competence*, *marketing competence*, *financial competence* dan *human relation competence* (Bumbang dalam Hariroh & Kosim, 2022), maka peneliti membuat survey awal mengenai *entrepreneurial competence* seperti berikut:

Tabel 1.6
Survey Awal Mengenai *Entrepreneurial Competence*

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah Anda memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memproduksi produk menggunakan peralatan (teknologi) yang ada?	26 (87%)	4 (13%)
2.	Apakah Anda memiliki kemampuan dalam mengenali keinginan <i>customer</i> dan mencari peluang pasar?	13 (43%)	17 (57%)
3.	Apakah Anda memiliki kemampuan dalam membuat pembukuan perusahaan?	22 (73%)	8 (27%)
4.	Apakah Anda sudah meningkatkan jumlah relasi dan kemitraan?	20 (67%)	10 (33%)

Sumber: Survey Awal Mengenai *Entrepreneurial Competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel survey awal mengenai *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, terdapat masalah yang terjadi pada salah satu indikator *entrepreneurial competence* yaitu pada indikator *marketing competence* (no. 2). Perolehan persentase yang rendah pada indikator *marketing competence* diperkuat dengan diberlakukannya wawancara kepada pelaku usaha di Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung, yaitu Bapak Robi dari Mahat Pond

Printing. Informasi yang didapat dari hasil wawancara tersebut yaitu sebagian besar dari para pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung tidak mencoba untuk mengenali keinginan *customer* dan mencari peluang pasar. Alasannya adalah karena mereka terbiasa menunggu *customer* agar datang untuk menggunakan jasa atau membeli produknya. Selain itu, mereka terbiasa untuk menerima desain pesanan *printing*, sehingga hanya perlu memberikan saran sesuai hal-hal yang diperlukan *customer* terkait desain dan bahan. Sehingga, pelaku usaha di Sentra Industri Pagarsih Bandung tidak melakukan usaha besar untuk mencari tahu keinginan *customer* atau mencari peluang. Namun, mereka akan memahami apa yang *customer* inginkan saat *customer* sudah datang maupun menghubungi mereka terkait apa yang mereka butuhkan.

Berkenaan dengan hal di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, berikut merupakan permasalahan-permasalahan yang peneliti identifikasi pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung:

1. Terdapat pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung yang tidak memunculkan inovasi desain produk baru yang berbeda dari pesaing demi meningkatkan penjualan.
2. Terdapat pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung yang tidak berusaha dalam mengenali keinginan *customer* dan mencari peluang pasar.
3. Terdapat pelaku usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung yang tidak mengalami peningkatan jumlah profit secara berkala.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, berikut merupakan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai *entrepreneurial mindset* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

5. Seberapa besar pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh *entrepreneurial competence* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
7. Seberapa besar pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap kinerja usaha melalui *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan data-data yang dapat menjawab rumusan masalah untuk menganalisis serta mengetahui apakah terdapat pengaruh *entrepreneurial mindset* dan *entrepreneurial competence* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan di atas, berikut merupakan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *entrepreneurial mindset* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *entrepreneurial competence* terhadap kinerja usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.
7. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap kinerja usaha melalui *entrepreneurial competence* pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi terkait Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri

Percetakan Pagarsih Bandung, sehingga pelaku usaha dapat mempertimbangkan atas penilaian yang dilakukan dan usahanya mengalami perkembangan.

2. Bagi Pihak Terkait

Penelitian ini mampu memberikan wawasan mengenai seberapa besar Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan pengetahuan serta memberikan gambaran tentang Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung sehingga dapat dimanfaatkan untuk sumber lanjutan penelitian.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Dengan penelitian ini mampu memberikan pandangan bagi instansi tentang Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

3. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan yang dapat pertimbangan untuk dilakukan penelitian di bidang yang sama untuk lebih lanjut, yaitu Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti menentukan lokasi penelitian dan pengumpulan data pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung Jalan Pagarsih No. 97, Sukahaji, Kec. Babakan Ciparay, Kota Bandung, Jawa Barat 40241 dimana terdapat sekitar 242 produsen di sepanjang daerah Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung ini.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu dilaksanakannya penelitian pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung ini dimulai pada April 2023 sampai dengan September 2023. Berikut merupakan Tabel Waktu Penelitian mengenai Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* dan *Entrepreneurial Competence* terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Industri Percetakan Pagarsih Bandung.

Tabel 1.7
Waktu Penelitian

No.	Uraian	Bulan																													
		Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023									
		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: Diolah Peneliti (2023)