

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

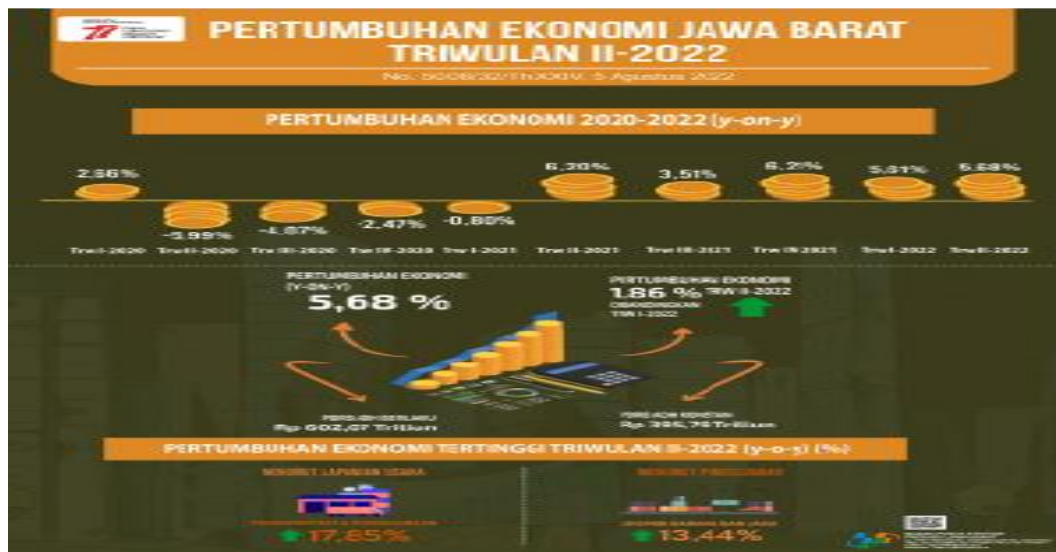
### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Di zaman yang semakin dewasa seperti sekarang ini perkembangan dunia industri bertumbuh dengan pesat. Persaingan di era globalisasi ini bidang usaha dan perdagangan menjadi cukup ketat, khususnya usaha dan perdagangan pada industri fashion. Pada saat ini industri fashion mulai mengalami peningkatan yang sangat cepat. Industri fashion merupakan sebuah industri global yang memiliki permintaan yang tidak dapat diprediksi karena memiliki siklus yang terbilang cukup pendek, produknya yang beragam, mempunyai masa simpan yang cukup panjang dan rantai pengganti yang sulit. Di Indonesia industri fashion menjadi industri yang sangat menguntungkan.

Di Indonesia pada saat ini perkembangan dalam dunia usaha mengalami peningkatan yang cukup tinggi, baik usaha besar maupun usaha kecil dan sedang. Berbagai kategori usaha atau industri yang berkembang di Indonesia pada saat ini antara lain meliputi, industri fashion, industri dibidang kecantikan, industri makanan atau kuliner, industri agribisnis dan lain-lain. Salah satu industri usaha yang terkenal dan banyak digemari pelaku usaha di Indonesia adalah usaha pada industri fashion. Di Indonesia sendiri industri fashion pada belakangan ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Fashion disebut akan semakin bertumbuh kembang bahkan dapat membuka peluang bagi setiap pelaku usaha. Pemerintah Indonesia juga ikut serta untuk mendorong pelaku industri fashion, Indonesia mempertimbangkan segala aspek keberlanjutan agar dapat

membuat sebuah produk yang memiliki kualitas serta keunggulan Kominfo (2022). Pemerintah Indonesia membuat program yang disebut ekonomi inventif atau kreatif yang dijalankan oleh kawasan industri yaitu sebagai industri yang kreatif Kementerian Perdagangan (2021). Ekonomi kreatif merupakan sarana untuk membangun kreatifitas para pelaku usaha agar dapat memiliki daya saing dan memiliki pengganti sumberdaya yang dapat terbaharukan Kementerian Perdagangan (2021). Bahkan di beberapa provinsi ekonomi kreatif telah menjadi trensenter, khususnya di provinsi Jawa Barat. Pemerintah Jawa Barat membentuk kreasi Jabar untuk meningkatkan kreativitas pada pelaku usaha dan UMKM yang ada di Jawa Barat.

Di Provinsi Jawa Barat peningkatan perekonomian menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada triwulan II 2022 dicatatkan mengalami pertumbuhan positif sebesar 5,68 persen *year on year* (yoy). Perkembangan perekonomian yang dikatakan cukup tinggi di Provinsi Jawa Barat adalah manifestasi bahwa perekonomian semakin membaik pada triwulan ke II 2022. Pertumbuhan perekonomian di Jawa Barat menurut Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp 602,07 triliun dan jika berdasarkan harga konstan 2010 mencapai Rp 395,79 triliun.



Sumber : Badan Pusat Statistik 2022

**Gambar 1.1**

### **Pertumbuhan Ekonomi Jawa Barat**

Peningkatan pada triwulan ke II, bila dibandingkan dengan kuartal sebelumnya mengalami peningkatan sebesar 1,86 persen, hal ini didukung oleh hampir semua lapangan usaha. Salah satunya ialah usaha pada bidang fashion, yang menjadi salah satu kontribusi terbesar ekonomi kreatif di Jawa Barat khususnya di Kota Bandung. Hal tersebut menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu kota yang mengikuti perkembangan mode dan menjadi kota tujuan wisata belanja fashion di Indonesia.

Bisnis fashion yang terus konsisten diminati oleh para pelaku usaha dikota Bandung adalah bisnis fashion kaos. Selain harga bahan yang relatif murah, bahan kaos juga mudah ditemukan serta proses pembuatannya yang tidak sulit dan bisa diproduksi secara massal. Kaos juga lebih mudah dipasarkan di Kota wisata seperti

Kota Bandung, hal tersebut karena kaos biasanya menjadi salah satu incaran oleh-oleh para wisatawan dari luar daerah.

Kawasan Pasar Andir Trade Center Jl. Waringin No.8, Ciroyom, Kec. Andir, di Kota Bandung, Jawa Barat. Merupakan salah satu kawasan yang terdapat industri UMKM fashion kaos dengan harga yang relatif murah dengan berbagai jenis bahan, ukuran, motif serta model. Setelah melakukan survei secara langsung terdapat 53 toko di dalam kawasan pasar Andir Trade Center yang menjual kaos. Penjual kaos dipasar Andir dapat ditemukan mulai dari lantai dasar, lantai satu dan lantai dua.

Di Pasar Andir Kota Bandung cukup banyak toko yang menjual kaos, kaos dianggap sebagai bisnis yang menguntungkan dan menjanjikan. Penjualan kaos saat ini juga semakin mudah, terlebih lagi kaos menjadi salah satu pakaian yang simpel dan nyaman untuk digunakan sehari-hari dan dapat dipastikan masih banyak peminatnya. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai peluang usaha yang menguntungkan.

Sentral perbelanjaan merupakan tempat dari sekelompok penjual eceran dan pengusaha industri komersial lain yang mendirikan usahanya, mengelola serta melakukan pengembangan pada usahanya disuatu tempat atau lokasi properti. Pusat perbelanjaan tentu menjadi tempat penting diperkotaan, karena dapat meningkatkan perekonomian daerah karena terjadi penyerapan tenaga kerja yang cukup banyak akibatnya jumlah pengangguran akan menyusut. Berikut pusat perbelanjaan fashion yang terdapat di Kota Bandung.

**Tabel 1.1**  
**Pusat Perbelanjaan Fasion di Kota Bandung**

No.	Nama Tempat	Alamat
1.	Pasar Andir Trade Center	Jl. Waringin No.1
2.	Istana Plaza	Jl. Pasir Kaliki No.121-123
3.	Pasar Baru Trade Center	Jl.Otto Iskandardinata No.70
4.	Bandung Trade Center	Jl.Dr. Djunjunan No.143-149
5.	Balubur Town Square	Jl.Tamansari No.27a
6.	ITC Kebon Kalapa	Jl. Moh. Toha Jl. Pungkur, Kec. Regol

Sumber : *RadarBandung.id*

Alasan mengapa penulis memilih Pasar Andir Trade Center sebagai tempat penelitian yaitu, karena Pasar Andir merupakan tempat yang strategis untuk dijadikan sebagai tempat penelitian. Terdapat fenomena permasalahan yang mewakili objek penelitian, Pasar Andir juga memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai tempat penelitian mengenai topik yang akan dibahas. Pasar Andir Trade Center juga memiliki keunggulan dalam penjualannya yang tidak hanya dilakukan secara online, tetapi penjualan dengan sistem online juga sudah diterapkan di Pasar Andir. Hal tersebut akan memudahkan peneliti untuk melakukan survei kepada pihak terkait karena mereka sudah melek dengan teknologi dan sosial media yang dapat dijadikan sebagai sarana penunjang dalam melakukan wawancara ataupun pengisian kuisisioner secara online.

Kinerja usaha menurut Nuvriasari (2012:265) dalam Handayani, T & Nurjamilah, S (2022:154-166) adalah sebuah fungsi hasil dari kegiatan yang ada dalam suatu organisasi yang dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor intern dan juga faktor ekstern dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan selama periode atau kurun waktu tertentu. Kinerja usaha yang baik adalah kinerja yang dilakukan dengan optimal dan kompeten. Dengan memperhitungkan segala aspek seperti pemilihan sumber daya manusia yang mempunyai pengalaman dan pengetahuan, penerapan strategi usaha yang baik, serta pengelolaan keuangan yang dilakukan secara baik dan benar pada usaha yang dimiliki. Pelaku usaha harus meningkatkan mutu serta kemampuannya dalam berbisnis agar pelaku usaha dapat mencapai kinerja usahanya dengan baik serta dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Sebagai seorang pelaku usaha tentunya akan selalu berusaha yang terbaik bagi usaha yang sedang di rintis ataupun yang sedang dijalankannya. Seorang pelaku usaha harus dapat mengetahui strategi usaha dan kinerja pada usahanya. Karena dua hal tersebut merupakan aspek yang sangat penting bagi sebuah usaha. Jika seorang pelaku usaha dapat menilai kinerja pada usaha, maka akan dapat mengatur laba yang akan diperoleh, mengetahui bagaimana respon dari konsumen, melakukan pengembangan pada usaha yang sedang dijalankan serta tanggap dalam merasakan perubahan yang terdapat di lingkungan sekitar. Selain itu pengusaha harus melakukan orientasi wirausaha yang digunakan sebagai aktifitas pengembangan ekonomi. Orientasi wirausaha juga dapat digunakan untuk mencari peluang-peluang baru yang dapat dijadikan sebagai pendukung keberhasilan kinerja usaha.

Dalam penelitian ini penulis melaksanakan survei awal dengan menyebarkan kuisisioner awal kepada 20 responden atau pemilik usaha mengenai variabel yang akan diteliti, dimana dengan penyebaran kuisisioner ini dimaksudkan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pengusaha industri Fashion kaos di Pasar Andir Kota Bandung Jawa Barat. Hal ini akan diperjelas atau dijelaskan dalam tabel di bawah ini :

Menurut Edison (2016:58) “ Kinerja merupakan hasil melalui suatu proses yang mengarah dan dapat diukur selama beberapa waktu atau periode yang telah ditentukan yang didasarkan pada ketentuan dan kemufakatan yang telah disetujui sebelumnya”. Berikut ini merupakan hasil survei awal mengenai variabel kinerja usaha.

**Tabel 1.2**  
**Survei Awal Mengenai Kinerja Usaha**

No	PERTANYAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Apakah penjualan pada usaha kaos yang anda miliki mengalami peningkatan ?	12 (60%)	8 (40%)
2.	Apakah anda sudah dapat mendominasi pasar dengan mengikuti tren pasar pada saat ini ?	3 (15%)	17 (85%)
3.	Apakah saat ini keuntungan dari usaha yang anda miliki mengalami peningkatan ?	15 (75%)	5 (25%)

Sumber : Data yang diolah penulis 2023

Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha industri fashion kaos di Pasar Andir Trade Center Kota Bandung mengenai kinerja usaha pada indikator

pertumbuhan pangsa pasar, sebanyak 17 responden dengan presentase 85%, pelaku usaha memberikan pernyataan bahwa belum dapat menguasai pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha kaos di Pasar Andir mengatakan bahwa banyak pelaku usaha yang masih kurang pemahaman dan pengetahuan bagaimana cara agar dapat mendominasi pasar, karena orang yang berjualan dipasar itu yang difikirkan bagaimana agar produknya terjual, mendapat keuntungan dan usahanya bisa maju. Dan juga disebabkan oleh beberapa faktor seperti jika terdapat tren baru maka seluruh toko akan mengikuti tren tersebut, jadi untuk mendominasi pasar itu cukup sulit. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha yang terdapat pada pelaku usaha di Pasar Andir masih belum dapat dirasakan karena belum terealisasi dengan baik.

Orientasi wirausaha menurut Utama, L (2018) merupakan keunikan dan sebuah nilai yang dapat diikuti oleh pengusaha atau wirausaha tersebut adalah suatu sifat yang tidak mudah menyerah, berani untuk mengambil sebuah resiko, fleksibel dan cepat.

**Tabel 1.3**  
**Survei Awal Mengenai Orientasi Kewirausahaan**

No.	PERTANYAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Apakah anda sudah melakukan inovasi desain pada produk kaos yang anda jual ?	15 (75%)	5 (25%)
2.	Apakah anda berani mengambil resiko dengan menerima pembuatan size kaos sesuai dengan keinginan pelanggan ?	16 (80%)	4 (20%)
3.	Apakah anda bisa lebih aktif dalam mencari peluang baru untuk usaha yang dimiliki ?	8 (40%)	12 (60%)

Sumber : Data yang diolah penulis 2023



Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha industri fashion kaos di Pasar Andir Trade Center Kota Bandung mengenai orientasi wirausaha pada indikator proaktif. Diperoleh data sebanyak 12 responden dengan presentase 60% menyatakan bahwa mereka belum aktif dalam mencari peluang untuk usaha yang mereka miliki. Menurut hasil wawancara yang penulis lakukan secara langsung pada pelaku usaha kaos di Pasar Andir mengatakan karena pelaku usaha yang belum berani untuk mengambil resiko, takut jika peluang baru tersebut tidak efektif dan tidak memiliki dampak positif terhadap usaha yang dimilikinya dan beberapa pelaku usaha beranggapan bahwa sudah nyaman dengan usaha yang saat ini sedang berjalan. Dan juga karena beberapa faktor seperti kurangnya pengetahuan, modal yang terbatas, serta adanya kekhawatiran apakah peluang usaha yang dijalankan akan berhasil atau justru akan mengalami kegagalan. Dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan pada pelaku usaha dipasar Andir belum terealisasi dengan baik.

Dengan zaman modern seperti sekarang ini, kita sangat memerlukan Jejaring usaha atau Networking dalam membangun kerjasama ataupun mitra agar usaha yang dijalankan bisa menjadi lebih baik dan maju. Kerjasama merupakan sebuah bentuk hubungan dimana pelaku usaha satu dengan lainnya melakukan kontrak kerja untuk mencapai tujuan yang sama dan tidak menyebabkan kerugian pada salah satu pihak. Menurut (Samani, 2012:118) dalam pratiwi (2021:33-39) kerjasama ialah “menjalankan sebuah pekerjaan secara bersama-sama tanpa

memandang latar belakang orang tersebut untuk menggapai sasaran bersama dan juga keuntungan bersama”.

**Tabel 1.4**  
**Survei Awal Mengenai Kapabilitas Jejaring Usaha**

No.	PERTANYAAN	JAWABAN	
		YA	TIDAK
1.	Apakah anda membuka wadah kepada teman atau kerabat untuk menjadi <i>reseller</i> yang menjual barang melalui akun media sosialnya ?	11 (55%)	9 (45%)
2.	Apakah anda sudah menjalin kerjasama dengan program kreatif yang disediakan oleh pemerintah ?	8 (40%)	12 (60%)
3.	Apakah anda melakukan kerjasama dengan toko setempat yang diluar grup sebagai tempat titip jual beli produk ?	13 (65%)	7 (35%)

Sumber : Data yang diolah penulis 2023

Berdasarkan survei awal yang dilakukan kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha industri fashion kaos di Pasar Andir Trade Center Kota Bandung mengenai kapabilitas jejaring usaha terdapat pada indikator jejaring pendukung. Kemudian diperoleh data sebanyak 12 responden dengan presentase 60% belum menjalin kerjasama dengan organisasi kreatif yang disediakan oleh pemerintah. Menurut wawancara yang penulis lakukan secara langsung kepada pelaku usaha kaos di Pasar Andir mengatakan bahwa pengembangan program kreatif belum maksimal, dan pelaku usaha belum mendapatkan informasi yang jelas mengenai program kreatif dari pemerintah karena sosialisasi terkait program tersebut di Pasar Andir. Selain itu pelaku usaha belum tau prosedur yang dilakukan untuk mendaftar pada program tersebut dan

mereka beranggapan bahwa kerjasama dengan program pemerintah cukup sulit dilakukan, karena banyak syarat yang harus dipenuhi. Hal tersebut yang membuat sebagian besar pelaku usaha di pasar Andir Kota Bandung belum melakukan kerja sama dengan program kreatif pemerintah.

Dari gambaran fenomena yang ada pada saat survei awal, serta melalui observasi langsung pada tempat penelitian. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa masih adanya kekurangan seperti pelaku usaha belum mampu mendominasi pangsa pasar, pelaku usaha belum dapat bertindak lebih aktif dalam mencari peluang baru untuk usaha yang dimiliki. Selain itu pelaku usaha juga masih kurang dalam kerjasama dengan jejaring usaha lain, oleh karena itu penulis memiliki ketertarikan untuk dilakukan sebuah penelitian dengan judul “ **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha Industri Fashion Kaos Di Pasar Andir Trade Center Kota Bandung**”

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dengan didasarkan oleh uraian yang ada di atas maka ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi, antara lain yaitu :

1. Pelaku usaha belum dapat mendominasi pasar dengan mengikuti tren pasar saat ini.
2. Pelaku usaha belum lebih aktif dalam mencari peluang usaha baru untuk usaha yang dimiliki.

3. Pelaku usaha belum mampu menjalin hubungan kerjasama dengan program kreatif pemerintah. Kerjasama dapat meningkatkan perkembangan pada usaha namun pelaku usaha belum menerapkan hal tersebut.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Didasarkan oleh latar belakang identifikasi masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan pelaku usaha pada Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
2. Bagaimana Kapabilitas Jejaring Usaha pelaku usaha pada Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
3. Bagaimana Kinerja Usaha pelaku usaha pada Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Kinerja Usaha Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung secara parsial maupun secara simultan.

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh Orientasi Wirausaha Dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan pada pelaku usaha Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Kapabilitas Jejaring Usaha pada pelaku usaha Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui Kinerja Usaha pada pelaku usaha Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Orientasi kewirausahaan Dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pada Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung secara parsial maupun secara simultan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

1. Bagi pelaku usaha

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi, masukan ataupun saran-saran bagi Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung agar bisa mengembangkan usaha dan meningkatkan kinerja usahanya

2. Bagi Pihak Lain Yang terkait

Agar dapat informasi tambahan tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha Di Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.

#### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

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

Agar dapat memperluas pengetahuan atau wawasan dan membuka pandangan yang lebih luas mengenai bidang studi manajemen bisnis , pemahaman tersebut nantinya akan menjadi bekal yang bermanfaat untuk masa depan. Khususnya tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha Di Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.

##### **2. Bagi Peneliti lain**

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dibuat sebagai bahan referensi tambahan bagi teman-teman mahasiswa/mahasiswi yang akan membuat peneliitian dengan konteks pembahasan yang sama.

#### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1.5.1 Lokasi penelitian**

Untuk bisa mendapatkan data beserta informasi yang memiliki kaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, maka dari itu penulis memilih tempat penelitian pada Industri Fashion Kaos Pasar Andir Trade Center Kota Bandung.

