

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman era globalisasi ini perkembangan bisnis di Indonesia berkembang dengan pesat, dengan perkembangan tersebut setiap pebisnis harus menghadapi persaingan yang sangat ketat apapun jenis usaha yang dijalankan. Salah satunya di sektor industri fashion yang sekaligus masuk kedalam industri kreatif, adanya industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi industri (Kompasiana,2023). Di Indonesia terdapat masyarakat yang fashion nya mengarah kepada lifestyle. Fashion telah menjadi kebutuhan yang sangat penting pada kalangan atas maupun kalangan bawah. Selain itu pemerintah juga sangat memberi dorongan akan perkembangan industri fashion di Indonesia dan pemerintah pun sadar bahwa Indonesia memiliki potensi industri fashion yang bisa berkembang sampai ke internasional, peran pemerintah dan masyarakat sangat dibutuhkan dalam ekonomi kreatif yang berkembang saat ini (Kompasiana,2020).

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki perkembangan ekonomi kreatif yang sangat pesat. Ekonomi kreatif di Jawa Barat terdiri dari tiga sektor, yaitu kerajinan tangan, kuliner, dan fashion. perkembangan bisnis industri fashion inilah menyebabkan para pelaku usaha bisnis pakaian untuk mempertahankan bisnis nya dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Untuk kerajinan tangan menyumbang 27,1%, kuliner 26,4%, dan fashion 16,7%, sedangkan sektor lainnya 29,8%. Ekonomi kreatif Jawa Barat berkembang di tiga daerah yakni Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kota Depok. (Sekretaris Daerah Jawa Barat, Setiawan Wangsaatmaja).

Salah satu kota yang menjadi pertumbuhan ekonomi kreatif adalah Kota Bandung. Bandung dikenal dengan kota Paris Van Java yang memiliki banyak industri kreatif yang mampu mengangkat Kota Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan lokal dan juga sebagai penggerak perekonomian Jawa Barat (indonesiakreatif.net 2015). Yang menjadi kontribusi besar pada industri kreatif di Kota Bandung adalah Fashion. Hal ini terbukti dengan masyarakatnya yang memiliki kreatifitas yang tinggi dibidang fashion. Semua jenis fashion bisa ditemui di Kota Bandung, oleh karena itu pusat perbelanjaan fashion yang ada di Kota Bandung terkenal bahkan ke berbagai negara. Setiap titik di Kota Bandung memiliki kekhasan seperti kawasan pusat distro, kawasan sepatu, kawasan jajanan, kawasan percetakan, kawasan barang bekas dan sebagainya, maka dari menjadikan setiap lokasi di Kota Bandung memiliki keunggulan tersendiri.

Adanya pusat distro di Kota Bandung berawal pada tahun 1990-an yang bentuk awalnya seperti usaha rumahan. Kini industri distro terus menerus berkembang bahkan mempunyai peran penting dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. Pusat distro di Kota Bandung terdiri dari 2 tempat yaitu Distro Parahyangan dan Distro Trunojoyo, Distro Trunojoyo berada di Kelurahan Citarum tepatnya di Jalan Sultan Tirtayasa, Jalan Sultan Agung, Jalan Bahureksa,

sampai Jalan Maulana Yusuf. Pada Tabel 1.1 dapat menunjukkan data nama dan alamat outlet distro yang ada di Kelurahan Citarum Kota Bandung :

Tabel 1. 1
Lokasi Outlet Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung

No.	Distro	Alamat
1.	UNKL 347	Jl. Trunojoyo No.2
2.	Cosmic	Jl. Trunojoyo No.2
3.	FLO.INV	Jl. Trunojoyo No.6
4.	WADEZIG!	Jl. Trunojoyo No.6
5.	STARCROSS	Jl. Trunojoyo No.6
6.	Beatbox	Jl. Trunojoyo No.6
7.	S/X	Jl. Trunojoyo No.8
8.	STASH	Jl. Trunojoyo No.8
9.	WHSTL	Jl. Trunojoyo No.8
10.	SCREAMOUS	Jl. Trunojoyo No.8
11.	PASS THE TREND	Jl. Trunojoyo No.8
12.	GEOFF	Jl. Trunojoyo No.8
13.	Reclays	Jl. Trunojoyo No.15
14.	VONDUTCH	Jl. Trunojoyo No.15
15.	Gummo LTD.	Jl. Trunojoyo No.15
16.	Skaters	Jl. Trunojoyo No.23
17.	LOUD N CLEAR	Jl. Trunojoyo No.23
18.	OWNER&COMPANY	Jl. Sultan Tirtayasa No.3
19.	Bobbies Jeans.Co	Jl. Sultan Tirtayasa No.3
20.	ASHBOEL	Jl. Sultan Tirtayasa No.30
21.	Good Bye Ex	Jl. Sultan Tirtayasa No.41
22.	Sch	Jl. Sultan Agung No.3
23.	RUSS	Jl. Sultan Agung No.3C
24.	Blankwear	Jl. Sultan Agung No.3
25.	MEEDLE	Jl. Sultan Agung No.5
26.	EVIL	Jl. Sultan Agung No.5
27.	UPGEARS	Jl. Sultan Agung No.7
28.	Bloods	Jl. Sultan Agung No.7
29.	Keith	Jl. Sultan Agung No.7
30.	MRJN	Jl. Sultan Agung No.7
31.	Torstein	Jl. Sultan Agung No.7
32.	Roof	Jl. Sultan Agung No.9
33.	YESTERDAY!	Jl. Sultan Agung No.10
34.	House Of Smith	Jl. Sultan Agung No.27
35.	BRIGHTSIDE	Jl. Sultan Agung No.27
36.	Wised	Jl. Sultan Agung No.27
37.	PRIDE N' JOY	Jl. Maulana Yusuf No.2
38.	The DNDEXE	Jl. Maulana Yusuf No.2
39.	HEAVYWEIGHT	Jl. Maulana Yusuf No.2
40.	PHILLIPWORKS	Jl. Maulana Yusuf No.2
41.	PRIDE N' JOY	Jl. Maulana Yusuf No.2
42.	Someone	Jl. Maulana Yusuf No.2
43.	NGT	Jl. Bahureksa No.1
44.	Soulfifteen	Jl. Bahureksa No.5
45.	POT MEETS POP	Jl. Bahureksa No.20

46.	NordhenBasic	Jl. Bahureksa No.20
47.	WORMHOLE	Jl. Bahureksa No.27
48.	Gurl Club	Jl. Bahureksa No.28

Sumber : *Data yang dioalah Mei 2023*

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat data daftar nama dan alamat outlet distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung. Alasan penulis memilih tempat penelitian karena penulis melihat peningkatan jumlah distro yang menjamur dari tahun ke tahun di Kota Bandung khususnya di Kelurahan Citarum maka dari itu dapat dilihat dari distro ini memiliki prospek kerja yang bagus tetapi juga memiliki iklim yang persaingan yang ketat. Adanya distro yang semakin banyak membuat perbedaan distro yang satu dengan yang lainnya semakin tipis, sebab dalam menjalankan bisnis pasti memiliki permasalahan yang sama dari waktu ke waktu seperti mengatur permodalan, mengatur strategi pemasaran, memilih bahan baku, teknik menciptakan sesuatu yang berbeda (keunggulan) dalam bersaing dan kurangnya keahlian dalam pengelolaan. Oleh karena itu pelaku usaha dituntut untuk menyusun strategi agar dapat bersaing untuk mempertahankan usahanya. Selain itu dalam menciptakan sesuatu yang berbeda atau baru sangatlah penting dalam menjalankan usaha agar dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat pada saat sekarang hingga pelaku usaha di tuntut selalu melakukan perbaikan, mencari pengetahuan baik dalam mengembangkan usaha maupun menarik konsumen.

Keunggulan bersaing merupakan gambaran suatu organisasi yang bisa menciptakan posisi yang bagus untuk menopang pasar selama pesaing tetap ada. Maka dari itu strategi bersaing penting untuk menarik daya minat konsumen agar usaha yang dijalani bisa tetap bertahan dan berkembang dengan kondisi

lingkungan yang berubah-ubah sehingga perlu ditingkatkan melalui orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan. Kedua hal itu dilakukan dengan mengembangkan inovatif produk dan meningkatkan layanan yang baru untuk konsumen dengan cara memanfaatkan peluang pasar dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Orientasi wirausaha adalah hal yang berkaitan dengan aspek kewirausahaan dari strategi perusahaan. Orientasi kewirausahaan meliputi beberapa dimensi yaitu pengambilan resiko, inovasi, dan proaktif yang dianggap penting bagi orientasi kewirausahaan. Menurut pendapat Louis Utama (2020) Orientasi kewirausahaan juga memiliki pengaruh yang positif bagi keunggulan bersaing. Sedangkan menurut Nova Pradana Nasution (2021) mengatakan pelaku usaha yang telah menerapkan strategi manajemen pengetahuan dalam menjalankan usahanya maka artinya mereka sudah memiliki keterampilan usahanya untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Maka dari itu manajemen pengetahuan sangat memperkuat keterampilan menangani pelanggan dan keunggulan bersaing dalam menjalankan usaha.

Pada penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner survei awal kepada pelaku usaha sebanyak 20 kuesioner tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung. Seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2
Survei Awal Mengenai Keunggulan Bersaing

No	PERTANYAAN INDIKATOR	JAWABAN			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1.	Apakah harga produk yang anda tetapkan sudah sesuai dengan keinginan konsumen?	8	40 %	12	60%
2.	Apakah desain produk yang anda jual memiliki keunikan tersendiri yang tidak bisa ditiru oleh pesaing?	13	65%	7	35%
3.	Apakah produk yang anda jual mempunyai daya tahan yang awet?	15	75%	5	25%

Sumber : data diolah Mei 2023

Berdasarkan tabel diatas survey awal kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha Distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung mengenai Keunggulan Bersaing, pada pertanyaan pertama 40% menjawab produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan harga keinginan konsumen dan 60% menjawab produk yang ditetapkan tidak sesuai dengan harga yang keinginan konsumen. Pada pertanyaan kedua 65% menjawab produk yang dijual memiliki keunikan tersendiri sehingga tidak bisa ditiru oleh pesaing dan 35% menjawab produk yang dijual tidak memiliki keunikan tersendiri sehingga bisa ditiru oleh pesaing. Pada pertanyaan ketiga 75% menjawab produk yang dijual mempunyai daya tahan yang awet dan 25% menjawab produk yang dijual tidak mempunyai daya tahan yang awet.

Dengan fenomena yang terjadi tersebut terdapat masalah pada pelaku usaha distro yang tidak bisa menetapkan harga produk sesuai dengan keinginan konsumen, hal ini dikarenakan jika didapat berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu pelaku usaha Distro, mengatakan bahwa produk yang dijual memiliki

keunikan ataupun khas tersendiri sehingga tidak bisa ditiru oleh penjual-penjual yang lain, selain itu dari segi kualitas produk yang dijual merupakan kualitas yang bagus sehingga memiliki daya tahan yang lama ataupun awet untuk digunakan. Dalam hal ini pokok permasalahan, pelaku usaha lebih mementingkan keunikan dan kualitas suatu produk dibandingkan harga yang diinginkan konsumen.

Tabel 1. 3
Survei Awal Mengenai Orientasi Kewirausahaan

No	PERTANYAAN INDIKATOR	JAWABAN			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1.	Apakah anda selalu mengeluarkan produk dengan desain dan jenis bahan terbaru?	12	60%	8	40%
2.	Apakah anda berani memproduksi barang yang lebih untuk stock di outlet?	3	15%	17	85%
3.	Apakah anda mampu menggunakan teknologi dan mesin yang canggih ketika proses produksi?	15	75%	5	25%

Sumber : data diolah Mei 2023

Berdasarkan tabel diatas survey awal kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha Distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung mengenai Orientasi Kewirausahaan, pada pertanyaan pertama 60% menjawab produk yang dijual dengan desain dan jenis bahan terbaru dan 40% menjawab produk yang dijual tidak dengan desain dan jenis bahan yang terbaru. Pada pertanyaan kedua 15% menjawab berani untuk memproduksi barang dengan stock yang lebih banyak dan 85% menjawab penjual tidak siap untuk memproduksi barang dengan stock yang lebih banyak. Pada pertanyaan ketiga 75% menjawab mampu menggunakan teknologi dan mesin yang canggih ketika proses produksi barang dan 25% menjawab tidak mampu menggunakan teknologi dan mesin yang canggih ketika poses produksi barang.

Dengan fenomena yang terjadi tersebut terdapat masalah pada pelaku usaha distro yang mengindikasikan tingginya ketakutan mereka terhadap kerugian yang terjadi apabila ketika mereka memproduksi barang yang lebih untuk stock di outlet, dengan alasan karena takut barang itu tidak laku terjual, padahal kalau dilihat dari kemampuan pelaku usaha untuk menggunakan teknologi dan mesin yang canggih sangat tinggi, sehingga bisa dimanfaatkan untuk memproduksi produk yang lebih banyak dan memproduksi produk-produk dengan desain yang terbaru serta jenis bahan terbaru. Oleh karena itu akan memiliki daya beli tinggi serta membuat permintaan pasar meningkat. Dalam permasalahan ini pelaku usaha, hanya menyediakan stock barang sesuai keinginan konsumen saja dan juga memproduksi barang yang laku terjual saja, agar tidak adanya terjadi hal yang tidak diinginkan.

Tabel 1. 4
Survei Awal Mengenai Manajemen Pengetahuan

No	PERTANYAAN INDIKATOR	JAWABAN			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1.	Apakah anda selalu mencari tahu pengalaman yang berbeda/baru setiap harinya untuk perkembangan bisnis yang anda jalankan?	8	40%	12	60%
2.	Apakah anda sudah menjalankan tanggung jawab yang baik sesuai dengan keterampilan yang anda miliki dalam mengembangkan bisnis anda?	16	80%	4	20%
3.	Apakah anda sudah memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan secara online?	15	75%	5	25%

Sumber : data diolah Mei 2023

Berdasarkan tabel diatas survey awal kepada 20 responden untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha Distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung mengenai Manajemen Pengetahuan, pada pertanyaan

pertama 40% pelaku usaha selalu mencari tahu pengalaman berbeda atau baru setiap harinya untuk perkembangan bisnis yang dijalankan dan 60% pelaku usaha yang kurang nya kemauan mereka untuk mencari tahu pengalaman berbeda atau baru setiap harinya agar bisnis mereka berkembang. Pada pertanyaan kedua 80% sudah menjalankan tanggung jawab yang baik sesuai dengan keterampilan yang dimiliki dalam mengembangkan bisnis dan 20% tidak menjalankan tanggung jawab yang baik sesuai dengan keterampilan yang dimiliki dalam mengembangkan bisnis. Pada pertanyaan ketiga 75% sudah memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan secara online dan 25% tidak memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan secara online.

Dengan fenomena yang terjadi tersebut terdapat masalah pada pelaku usaha distro yang kurang nya kemauan mereka untuk mencari pengetahuan baru serta pengalaman baru untuk perkembangan bisnis mereka. Meskipun dalam menjalankan tanggung jawab serta memanfaatkan teknologi sudah baik namun jika tidak terus diikuti dengan mencari pengetahuan baru dan pengalaman baru maka akan tertinggal. Dalam permasalahan ini pelaku usaha yang masih terbatas dan kurang nya kemauan mereka untuk mencari pengetahuan serta informasi dalam mengembangkan bisnis mereka.

Dari gambaran fenomena yang ada pada saat survey awal, serta melalui observasi langsung pada tempat penelitian. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa adanya pelaku usaha yang belum bisa bertindak untuk menetapkan harga produk yang mereka jual sesuai dengan keinginan konsumen. Pelaku usaha takut mengambil resiko untuk memproduksi barang baru dengan stock yang banyak.

Selain itu adanya pelaku usaha yang masih terbatas dalam mencari pengetahuan baru serta pengalaman baru untuk perkembangan bisnis mereka. Maka penulis tertarik membuat penelitian yang tertuang dalam usulan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat fenomena yang terjadi pada industri fashion pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung, diantaranya:

1. Pelaku usaha lebih mementingkan keunikan dan kualitas suatu produk dibandingkan harga yang diinginkan konsumen.
2. Pelaku usaha tidak mau mengambil resiko dalam menyediakan lebih banyak stock untuk di outlet.
3. Pelaku usaha yang masih terbatas dan kurangnya kemauan dalam mencari pengetahuan baru dan informasi dalam mengembangkan bisnis mereka.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan Bersaing pelaku usaha pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung.

2. Seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan Bersaing Pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung secara parsial maupun simultan.

1.2.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaku usaha mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan Bersaing pelaku usaha pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Manajemen Pengetahuan terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial maupun secara simultan Pada Distro Di Kelurahan Citarum Kota Bandung.

1.2.4 Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian dilakukan pada Distro di Kelurahan Citarum, Kecamatan Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

1.2.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Praktisi

- Bagi Pelaku Usaha

Pada penelitian ini pelaku usaha dapat menggunakan sebagai bahan dan informasi dalam menjalankan usaha Pada Distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung untuk pembelajaran agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik.

- Bagi Pihak Lain

Pada penelitian ini bisa menjadikan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha lainnya.

2. Manfaat Akademis

- Bagi penulis

Untuk mendapatkan pengalaman cara bekerja dan mendapatkan wawasan tentang Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan, dan Keunggulan Bersaing dalam berbisnis.

- Bagi Peneliti Lain

Dapat digunakan untuk alat pembelajaran akademik dan menjadikan sebagai referensi panduan bagi penulis lainnya terutama dalam Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan, dan Keunggulan Bersaing.

Dalam menyusun data dan informasi penelitian Pada Distro di Kelurahan Citarum Kota Bandung, dilakukan selama :

Tabel 1. 5
Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Kegiatan																							
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		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 Mei 2023