

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam berbagai bidang, dimana perusahaan tersebut menawarkan produk dan jasa yang menjadi ciri dari setiap perusahaan yang ada. Kemudian perusahaan yang menjual produk maupun jasa pun beroperasi dalam berbagai ukuran atau skala, dimulai dari skala besar hingga skala kecil atau disebut mikro. Dengan terus berubahnya keinginan konsumen dan juga semakin meningkatnya kebutuhan konsumen, maka hal tersebut akan menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk terus berkembang, khususnya bagi perusahaan mikro.

Namun semakin ketatnya persaingan di bidang usaha dan perdagangan yang ada di Indonesia terutama kota Bandung khususnya bagi usaha yang berskala kecil dan menengah, maka pelaku usaha dituntut untuk melakukan berbagai macam cara agar dapat meningkatkan daya saing sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Persaingan yang semakin meningkat pesat tentunya membuat pelaku usaha harus meningkatkan mutu serta kualitas kompetensi dan kemampuan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam mencapai keberhasilan usaha dapat terwujud. Hal tersebut harus diterapkan disegala bidang usaha baik itu usaha skala besar ataupun usaha yang berskala kecil menengah.

Usaha berskala kecil atau bisa disebut Usaha Kecil Menengah (UKM) telah banyak berdiri dan menawarkan bermacam – macam produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah bentuk usaha yang mempunyai perkembangan yang baik, karena jumlah UKM yang ada di Indonesia terus mengalami peningkatan, dan merupakan salah satu penyumbang terbesar devisa bagi Negara.

Pengertian Usaha Kecil Menengah (UKM) Usaha Mikro sebagaimana dimaksud Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 tanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000,-. Adapula data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik yang menyebutkan bahwa jumlah UMKM sampai dengan tahun 2012 adalah sebanyak 56 534 592 unit. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM mempunyai perkembangan yang baik, ditandai dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada di Indonesia.

Berbagai jenis produk yang dihasilkan para pelaku bisnis UMKM memiliki kualitas. Hal ini dikarenakan keinginan mereka untuk mampu bersaing di pasar. Sekalipun para pelaku bisnis tersebut bertaraf UMKM tetapi mereka mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas sebelum barang yang mereka hasilkan akan dipasarkan. Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang

tidak lepas dari perhatian, mereka harus saling bersaing untuk mampu menjadi yang diminati pasar, belum lagi harus bersaing dengan perusahaan besar. Alasan para pelaku bisnis UMKM mempertimbangkan aspek mutu dan kualitas tentu salah satunya dikarenakan kesadaran mereka terhadap konsumen dan calon konsumen yang lebih selektif sebelum melakukan keputusan pembelian.

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat dan merupakan kota metropolitan terbesar di provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikenal sebagai Kota Paris Van Java, Kota kembang, City of Heritage dan dikenal juga sebagai kota berbelanja dengan mall, *factory outlet*, distro serta tempat berbelanja lainnya yang banyak tersebar di kota ini. Kota Bandung juga menjadi kota wisata fashion. Perkembangan bisnis dalam bidang Ekonomi *fashion* mengalami pertumbuhan yang pesat serta diikuti juga dengan laju pertumbuhan teknologi serta arus informasi pun semakin cepat.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangannya dunia industri hiburan, informasi, dan teknologi gaya berbusana menjadi media untuk menunjukkan eksistensi seseorang. Produk fashion saat ini berkembang sangat pesat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan trend yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Menurut Trustorini Handayani & Yusuf Tanjung (2017 : 36) Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari akan kebutuhan fashion yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi.

Berikut adalah Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang Memiliki Kontribusi PDB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2016-2018:

Tabel 1.1
Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang Memiliki Kontribusi PDB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2016-2018

Sub- sektor	Jumlah Pelaku Usaha				
	Tahun 2016	Kenaikan(%)	Tahun 2017	Kenaikan(%)	Tahun 2018
Fashion	1.165	2,57%	1.195	2,42%	1.224
Kriya	685	19,7%	820	28,4%	1.053
Kuliner	550	41,8%	780	7,05%	835
Total	2.400		2.795		3.112

Sumber : Dinas KUMKM dan Perindag Kota Bandung, 2018

Berdasarkan pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha pada industri subsektor *fashion* di Kota Bandung memiliki persentase jumlah kenaikan pelaku usaha dari tahun ke tahun. Namun kenaikan persentase industri pelaku usaha dalam bidang *fashion* sangatlah kecil dibandingkan dengan industri kreatif kriya dan kuliner. Misalnya dapat dilihat dari tahun 2016 pelaku usaha berjumlah 1.165 dan pada tahun 2017 jumlah pelaku usaha bertambah menjadi 1.195 kenaikan presentase dari tahun 2016 ke tahun 2017 hanya sebesar 2,57% dan pada tahun 2017-2018 industri *fashion* hanya mengalami kenaikan presentase sebesar 2,42%.

Dibandingkan dengan industri kreatif kriya dan kuliner walaupun dibawah *fashion* namun industri kriya dan kuliner mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 19,7% dan 41,8% pada tahun 2016-2017. Serta terus mengalami kenaikan pada tahun 2017-2018 sebesar 28,4% dan 7,05%. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha dalam bidang *fashion* terbilang rendah dalam perkembangannya. Mengacu dari tabel diatas mengenai tiga subsektor industri terbesar hal inilah yang

membuat peneliti tertarik untuk meneliti industri dalam bidang *fashion* untuk mengetahui permasalahan yang sedang terjadi.

Plaza Parahyangan merupakan pusat perbelanjaan fashion yang terletak di kota Bandung, Jawa Barat. Berdiri sejak 1983. Plaza parahyangan sempat ditinggalkan pengunjung dan mulai bangkit ketika membawa produk jeans dan ponsel yang sedang booming sebagai produk andalan mereka. Lalu ditahun 2005 distro atau distribution outlet mulai berkembang di kota Bandung. Berawal dari hanya satu lantai, kini berbagai brand distro menempati hingga lantai empat gedung ini. Plaza Parahyangan kemudian dikenal sebagai pusat distro. Terdapat lebih dari 750 brand distro yang beroperasi. Produknya pun beragam, mulai dari denim, polo shirt, kemeja katun, parka, jumper, joger, chino, celana jeans, tas, hingga sepatu.

Adanya Pengembangan dalam sektor Ekonomi Kreatif khususnya dalam bidang *fashion* ini mendorong para pelaku usaha untuk terus berkompetisi dalam pasar yang semakin besar. Para pelaku usaha diuntut untuk dapat menekan biaya se-efisien mungkin untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Kelangsungan hidup Plaza Parahyangan Bandung sangat bergantung pada pelanggan. Salah satu upaya mempertahankan pelanggan adalah melalui pemahaman perilaku konsumen. Dengan memahami secara mendalam, pelaku usaha harus menyusun strategi dan program pemasaran secara tepat untuk memanfaatkan setiap peluang secara optimal. Kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan adalah kunci utama terbentuknya keberhasilan suatu usaha.

Perusahaan yang telah melakukan kemampuan manajerial yang baik dan perilaku kewirausahaan yang baik dapat menciptakan keberhasilan usaha untuk

meningkatkan keunggulan bersaing yang kompetitif. Menurut Sutarno (2012:26) kemampuan manajerial adalah kemampuan dari seorang manajer atau wirausaha dalam mengelola usahanya, dimana perusahaan tersebut akan berhasil apabila manajemennya baik dan teratur dalam menjalankan fungsi manajemen. Dalam hal meningkatkan keunggulan bersaing, maka seharusnya perusahaan melakukan kegiatan penelitian, pengembangan dan perekayasaan yang bertujuan untuk menerapkan cara baru dan ilmu pengetahuan baru ke dalam produk atau proses produksi.

Kemudian perilaku kewirausahaan dianggap juga sebagai salah satu faktor penting untuk kesuksesan suatu usaha di masa depan. Menurut Fadiati dalam Ahmad dan Yoyok (2015:4) menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan seseorang adalah hasil dari sebuah kerja yang bertumpu pada konsep dan teori bukan karena sifat kepribadian seseorang atau berdasarkan intuisi.

Keberhasilan usaha merupakan komponen penting dalam keunggulan bersaing suatu usaha pada Plaza Parahyangan Bandung. Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha dalam pengertian umum, menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya.

Jadi untuk menciptakan keberhasilan usaha, perhatian terhadap kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan merupakan hal penting yang harus dilakukan agar pelaku Plaza Parahyangan Bandung dapat mencapai keberhasilan usaha.

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kedua variable tersebut dalam upaya peningkatan keberhasilan usaha, maka diperlukan suatu penelitian khusus terkait pengaruh kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pelaku usaha fashion yang tergabung Plaza Parahyangan Bandung. Untuk mendukung fenomena yang terjadi pada Plaza Parahyangan Bandung, peneliti melakukan survey awal online kepada 20 Responden pelaku usaha distro Plaza Parahyangan yang dipilih secara random. Hasil survey tersebut dapat dilihat seperti ditunjukkan pada table di bawah ini :

Tabel 1.2
Survey Awal “Kemampuan Manajerial”

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Keahlian Teknis			
1.	Apakah anda memiliki keterampilan dalam meningkatkan penjualan ?	7 Responden 35%	13 Responden 65%
Keahlian Manusia			
2.	Apakah anda memahami keinginan pelanggan dan mewujudkannya ?	10 Responden 50%	10 Responden 50%
Keahlian Konseptual			
3.	Apakah anda dapat menemukan solusi kreatif ketika terdapat masalah dalam kegiatan usaha anda ?	12 Responden 60%	8 Responden 40%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden yang merupakan pelaku usaha distro Plaza Parahyangan Bandung, sebanyak 35% responden berpendapat bahwa pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung memiliki keterampilan dalam meningkatkan penjualan mereka dan sebanyak 65% responden menyatakan para pelaku usaha belum memiliki keterampilan dalam meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan kurang maksimal atau belum matangnya pelaku

usaha pada keahlian teknis dalam kemampuan manajerial. Dari hasil berbagai tanggapan survey awal mengenai kemampuan manajerial diatas, terdapat beberapa masalah pada Plaza Parahyangan Bandung yaitu belum maksimalnya keterampilan pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan mereka.

Tabel 1.3
Survey Awal “Perilaku Kewirausahaan”

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
Keputusan Wirausaha			
1.	Apakah anda berani menanggung resiko dalam mengambil keputusan menghadapi ketidakpastian pasar dalam menjalankan usaha anda ?	7 Responden 35%	13 Responden 65%
Tindakan nyata dalam menjalankan usaha			
2.	Apakah anda pantang menyerah dalam menjalankan usaha anda ?	18 Responden 90%	2 Responden 10%
Pernyataan perencanaan pengembangan usaha yang ada			
3.	Apakah anda mampu menangkap peluang dalam menjalankan usaha anda ?	13 Responden 65%	7 Responden 35%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden yang merupakan pelaku usaha distro Plaza Parahyangan Bandung, sebanyak 35% responden berpendapat bahwa pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung berani menanggung resiko dalam mengambil keputusan menghadapi ketidakpastian dalam menjalankan usahanya dan sebanyak 65% responden menyatakan para pelaku usaha masih belum berani menanggung resiko dalam pengambilan keputusan menghadapi ketidakpastian dalam menjalankan usahanya. Dari hasil berbagai tanggapan survey awal mengenai perilaku kewirausahaan diatas, terdapat beberapa masalah pada Plaza Parahyangan Bandung yaitu para pelaku usaha belum berani menanggung

resiko dalam pengambilan keputusan karena takut merasa gagal dan rugi dalam perilaku kewirausahaannya.

Tabel 1.4
Survey Awal “Keberhasilan Usaha”

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
<i>Laba/profitability</i>			
1.	Apakah presentase kenaikan laba usaha anda mengalami peningkatan dari waktu ke waktu ?	11 Responden 55%	9 Responden 45%
<i>Produktivitas dan efisiensi</i>			
2.	Apakah dengan produk yang anda jual pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan ?	8 Responden 40%	12 Responden 60%
<i>Daya saing</i>			
3.	Apakah anda mampu dan tangguh dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen ?	8 Responden 40%	12 Responden 60%
<i>Kompetensi dan etika usaha</i>			
4.	Apakah anda dapat menghasilkan inovasi sesuai tuntutan zaman ?	14 Responden 70%	6 Responden 30%
<i>Terbangunnya citra baik</i>			
5.	Apakah usaha anda sudah menciptakan citra yang baik di dalam maupun luar perusahaan ?	15 Responden 75%	5 Responden 25%

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden yang merupakan pelaku usaha pada Plaza Parahyangan Bandung, sebanyak 40% responden berpendapat bahwa mereka para pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan dengan produk yang mereka jual dan sebanyak 60% responden menyatakan belum mengalami peningkatan pertumbuhan penjualan dengan produk yang mereka jual. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa produk belum terlalu dikenal di pasaran sehingga penjualan belum mengalami peningkatan. Selanjutnya berdasarkan hasil survey yaitu sebanyak 40% responden berpendapat sudah mampu dan tangguh dalam

bersaing merebut perhatian dan loyalitas konsumen, sedangkan sisanya sebanyak 60% responden berpendapat belum mampu dan tangguh dalam bersaing merebut perhatian dan loyalitas konsumen .

Hal ini menunjukkan bahwa kurang maksimalnya pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung dalam mempromosikan produk mereka di pasaran. Dari hasil berbagai tanggapan survey awal keberhasilan usaha diatas, terdapat beberapa masalah pada Plaza Parahyangan Bandung mengenai keberhasilan usaha, yaitu belum maksimalnya para pelaku usaha dalam menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen dan belum maksimalnya para pelaku usaha dalam mempromosikan produk mereka di pasaran.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas penulis mengajukan penelitian dengan judul **“Membangun Keberhasilan Usaha Melalui Kemampuan Manajerial dan Perilaku Kewirausahaan (Survey pada Plaza Parahyangan Bandung).**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Untuk menyelesaikan masalah yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, maka diperlukan identifikasi masalah sehingga hasil analisis selanjutnya dapat terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dari latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Belum maksimalnya keterampilan pelaku usaha distro Plaza Parahyangan Bandung dalam meningkatkan penjualan produk mereka.
2. Masih banyak pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung yang belum berani menanggung resiko dalam pengambilan keputusan karena merasa takut gagal dan rugi pada usahanya.
3. Sebagian pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung mengakui bahwa belum maksimalnya para pelaku usaha dalam menciptakan produk yang sesuai keinginan konsumen.
4. Sebagian pelaku usaha Plaza Parahyangan Bandung mengakui belum maksimalnya para pelaku usaha dalam mempromosikan produk mereka di pasaran.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana kemampuan manajerial pada Distro Plaza Parahyangan Bandung?
2. Bagaimana perilaku kewirausahaan pada Distro Plaza Parahyangan Bandung?
3. Bagaimana keberhasilan usaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung?
4. Seberapa besar pengaruh kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung secara parsial maupun simultan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kemampuan manajerial pada Distro Plaza Parahyangan Bandung.
2. Untuk mengetahui perilaku kewirausahaan pada Distro Plaza Parahyangan Bandung.
3. Untuk mengetahui keberhasilan usaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada Distro Plaza Parahyangan Bandung secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara praktis maupun secara teoritis bagi pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini.

1.4.1 Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis

Mengetahui pengaplikasian ilmu teori yang didapatkan selama dibangku kuliah. Sehingga dapat meningkatkan pengetahuan secara praktis dan dapat menjelaskan serta menuangkannya ke dalam suatu karya ilmiah.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha sehingga dapat memberikan gambaran dalam meningkatkan daya saing untuk keberhasilan UMKM dan dapat dijadikan pertimbangan pengambilan keputusan dalam berbisnis.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai referensi peneliti atau sebagai bahan pertimbangan untuk dikembangkan kembali pada penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan ilmu dibidang manajemen, khususnya mengenai manajemen bisnis.

1.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Dalem Kaum No.54, Balonggede, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Jawa Barat 40251.

