

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

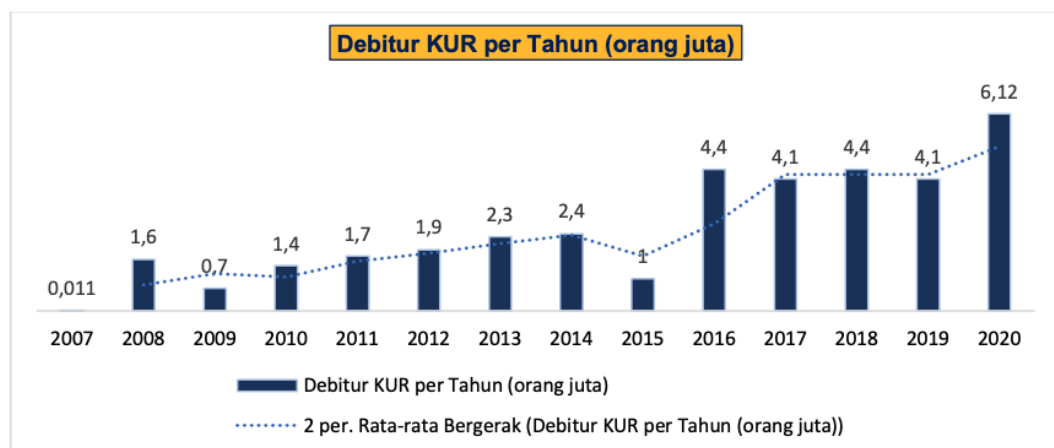
### **1.1 Latar Belakang**

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu suatu usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan mempunyai standar sebagai sebuah usaha. UMKM di Indonesia mencakup satu kelompok usaha terbanyak. UMKM mempunyai peran yang begitu penting dalam kemajuan perekonomian Indonesia. Selain itu, potensi UMKM dalam memutarakan keuangan negara juga sangat begitu besar karena pada saat kondisi perekonomian krisis yang dapat bertahan hanya UMKM. Keberadaan UMKM ini diakui sebagai pilar penting untuk pergerakan kemajuan pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia.

Kemajuan pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023 ini diprediksi tetap bertahan pada kisaran 4,5-5,3% dengan dorongan faktor peningkatan Produk Domestik Bruto melalui UMKM (Haryono, 2022). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan IV sebesar 5,01% dengan pertumbuhan ekonomi yang sedang melambat. Dengan adanya perkembangan setiap triwulan diperhitungkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2022 secara keseluruhan sebesar 5,31% (Birokrasi, 2023).

UMKM sangat membantu pertumbuhan perekonomian di negara Indonesia dengan membuka lapangan pekerjaan dan juga berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data Kemenkopukm, dilihat dari tahun 2015-2019, jumlah UMKM pada tahun 2017 yaitu 62,92 juta, lalu pada tahun 2018 meningkat sebesar 64,19 juta dan pada tahun 2019 jumlah UMKM di Indonesia sudah mencapai 65,47 juta. Maka dari itu jumlah UMKM di Indonesia akan mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap tahunnya termasuk pada tahun 2023 ini (Mahdi, 2022).

Data peningkatan jumlah UMKM di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya debitur KUR per tahun yang mana dimulai dari tahun 2007-2020, Berikut adalah gambar grafik perkembangan debitur KUR per tahun :



Sumber : Data Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi UMKM (2020)

**Gambar 1.1 Debitur KUR Per Tahun 2007-2020**

Dari data di atas maka UMKM menjadi suatu hal yang sangat berkontribusi besar dalam perkembangan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, pada saat ini UMKM memberikan kontribusi

lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara Indonesia (Mawarsari, 2023).

Kontribusi UMKM yang begitu penting bagi perdagangan Indonesia akan dapat meminimalisir kemiskinan, maka akan terjadi penurunan bagi pengangguran yang terdapat di Indonesia dan dapat bertahan dalam krisis ekonomi. Hal itu membuat pemerintah tetap fokus dalam mendorong pertumbuhan UMKM agar terus meningkat, sehingga akan membantu menampung banyak tenaga kerja dan akan mengurangi angka pengangguran.

Ada beberapa UMKM di Indonesia yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang begitu pesat dikarenakan total UMKM yang semakin meningkat. Wilayah Jawa Barat mengalami pertumbuhan perekonomian yang begitu pesat dibandingkan dengan wilayah kota lain yang ada di Indonesia dimana total UMKM Jawa Barat pada tahun 2022 berjumlah sebanyak 1.494.723 unit (Santika, 2022). Dengan banyaknya total jumlah UMKM di wilayah Jawa Barat, rata-rata sebagian dari total UMKM tersebut mayoritas berada di Kota Bandung. Awal tahun 2016 hingga 2021 jumlah industri kecil menengah dan besar Kota Bandung selalu mengalami peningkatan (Sumber: [opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id), 2021).

Berikut adalah data tabel peningkatan unit UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kota Bandung pada periode tahun 2016 hingga 2021:

**Tabel 1.1**  
**Total peningkatan UMKM**  
**Kota Bandung Tahun 2016-2021**

Tahun	Jumlah Unit UMKM
2016	343.938
2017	365.218
2018	387.815
2019	411.810
2020	437.290
2021	464.346

*Sumber : opendata.jabarprov.go.id (2021)*

Tabel 1.1 menjelaskan adanya peningkatan pada jumlah UMKM di Kota Bandung di setiap tahunnya. Pada tahun 2016 jumlah unit UMKM sebanyak 343.938 unit dan pada tahun 2021 mengalami peningkatan yang sangat tinggi yaitu terdapat sebanyak 464.346 unit UMKM. Hal tersebut menyatakan adanya peningkatan jumlah para pelaku usaha yang membuka usaha dikarenakan ingin mendapatkan pendapatan dan ingin mengetahui apakah pencapaian dalam mendirikan usaha tersebut telah mencapai tujuannya.

Peningkatan yang terjadi setiap tahun pada jumlah unit UMKM yang ada di Kota Bandung salah satunya adalah industri dalam bisnis *fashion* (pakaian) yang telah banyak diminati oleh UMKM. Kota Bandung merupakan suatu pusat tekstil terbesar dan menjadi pondasi industri tekstil yang ada di Indonesia. Kota Bandung juga terkenal dengan sebutan pusat mode yang dimana di kota ini tidak pernah ada kehabisan ide untuk mengembangkan *fashion* dengan cara yang inovasi dan kreatif untuk meningkatkan kualitas produknya bidang usaha *fashion* yang ada di Kota Bandung yaitu *Factory Outlet*, *Distro*, dan *Clothing* (lifestyle, 2022).

*Distro* atau *distribution store* merupakan jenis bisnis ritel yang sudah banyak ditekuni oleh para wirausahawan dalam menjalankan usahanya terutama di Kota Bandung yang dimana kota tersebut adalah pusat *fashion* yang ada di Indonesia.

Mayoritas distro merupakan bagian dari industri kecil dan menengah (UMKM) yang kerap terkenal karena dikembangkan oleh anak-anak muda yang membangun *brand* mereka sendiri (Tshirtbar, 2023).

Pada daerah Kota Bandung terdapat banyak kawasan yang mendirikan distro (*distribution store*) untuk menjual berbagai macam *clothing* seperti kemeja, aksesoris, jaket, *t-shirt*, celana, sepatu, tas, dan lain-lain (Nurridha, 2023).

Munculnya pertumbuhan distro yang ada di daerah Kota Bandung pada setiap tahunnya membuktikan sebenarnya usaha distro ini mempunyai prospek yang baik dan memberikan faktor persaingan yang begitu ketat juga antara para pelaku usaha. Perkembangan yang kian menjadi banyak di setiap tahunnya akan membuat kesulitan untuk membuat perbedaan antara satu distro dengan distro yang lainnya, sehingga seorang pelaku usaha ataupun perusahaan harus mampu membuat strategi sebaik mungkin agar dapat bersaing dalam mempertahankan usahanya sehingga menghasilkan kinerja usaha yang berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Lokasi-lokasi yang ada pada Kota Bandung mempunyai ciri khas masing-masing yaitu menjadi pusat distro, kawasan kuliner, pusat kain, kawasan sepatu, grosir pakaian, daerah percetakan dan lain lain. Maka dari itu, setiap lokasi tentunya mempunyai keunggulan khas yang sesuai dengan jenis produk maupun jasa yang dipasarkan. Keunggulan tersebut terwujud dari warisan-warisan dan juga sumber daya manusia yang ada di dalam negeri mempunyai jiwa kreatif. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah industri kreatif di Kota Bandung, penyebaran gerai distro di Kota Bandung cukup meluas.

Toko distro yang ada di Kota Bandung sudah cukup banyak tersebar rata. Pada setiap pusat perbelanjaan yang sedang ramai pastinya selalu ada toko distro yang menyediakan macam-macam model baju yang dijual distro tersebut. Berikut adalah lokasi toko distro yang tersebar di Kota Bandung :

**Tabel 1.2**  
**Lokasi Toko Distro Kota Bandung**

No	Alamat Toko Distro
1	Jl . Dalem Kaum No.54, Pusat perbelanjaan distro pertama di Kota Bandung (Plaza Parahyangan)
2	Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung,(The Hallway Space) terdapat berbagai macam toko distro yang ada pada lantai 2 pasar Kosambi ini
3	Jl, Trunojoyo, terdapat berbagai toko distro di sepanjang jalan dan berdekatan
4	Jl. Buah Batu, terdapat beberapa toko distro yang menjual berbagai macam produk
5	Jl, Sultan Agung, terdapat berbagai toko distro di sepanjang jalan dan berdekatan
6	Jl. Riau, terdapat beberapa toko distro yang menjual baju

*Sumber: Observasi Peneliti (2023)*

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa terdapat 6 lokasi toko distro di Kota Bandung. Tentunya setiap lokasi mempunyai ciri khas masing-masing dalam memasarkan serta menjual produknya. Daerah yang mendirikan distro di Kota Bandung terdapat dari berbagai macam kawasan yaitu Sultan Agung, Riau, Buah Batu,dan lain-lain. Trunojoyo dan Sultan Agung merupakan sentra toko-toko distro produk lokal yang terkenal di Kota Bandung dari sejak lama dikarenakan banyaknya para wirausaha yang berjualan di Kawasan tersebut (Rajul, 2023). Kawasan distro Kota Bandung yang terkenal ada di Trunojoyo dan Sultan Agung,

pada kawasan tersebut terdapat beberapa gerai yang berdiri hingga saat ini dan bahkan mengalami kenaikan jumlah gerai.

Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.3 yang berisi jumlah gerai yang ada pada Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung :

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Gerai Distro di Kawawan Trunojoyo dan Sultan Agung**

No	Nama Toko	No	Nama Toko	No	Nama Toko	No	Nama Toko
1	Cosmic	13	Pass The Trend	25	Skaters	37	Someone
2	Word Treatment Dept	14	Commence	26	Loudn Clear	38	Wormhome
3	Unkl 347	15	Heavyweight Studio	27	Heaven Skate Board	39	Wowl Street Wear
4	Stash	16	The Dndexe	28	Yesterdayl	40	Pop Up Store By Paper
5	Insurgent	17	Pride N Joy	29	Voundutch	41	Mrjn
6	Beat Box	18	Roof Air	30	Owners & Company	42	Soulfifteen
7	Screamous	19	Russ	31	Babbies Jeans.Co	43	Ngt
8	Pot Meets Pop Denim	20	House Of Smith	32	Whstl.	44	Evil
9	Philipworks	21	Six Pax	33	Bloods	45	Meedle
10	Upgears	22	Flo	34	Mores	46	Blank Wear
11	Ashboel	23	Silber Side	35	Good Bye Ex	47	Starcross
12	Gurls Club	24	Geof Maxx	36	Wised	48	Sch

*Sumber : Observasi Peneliti (2023)*

Pada tabel 1.3 dapat dilihat bahwa pada saat ini terdapat peningkatan jumlah gerai di Kawasan Sultan Agung dan Trunojoyo yaitu 48 gerai. Hal itu menunjukkan bahwa bisnis distro menjadi sebuah bisnis yang begitu ketat karena terdapat beberapa gerai yang baru muncul pada bidang usaha yang sama dan menjual produk sejenis. Dengan adanya beberapa gerai yang membuka bisnis di Kawasan Sultan Agung dan Trunojoyo tentunya akan memunculkan kompetitor-kompetitor selain itu para konsumen juga akan memilih berbelanja pada toko yang mereka inginkan sesuai selera dan kebutuhannya. Untuk menghadapi daya saing yang begitu ketat diperlukan adanya pengembangan daya saing dan diperlukan sumber daya

manusia yang baik untuk menjaga pertumbuhan bisnisnya. Dengan banyaknya kesamaan produk yang dijual oleh pesaing maka hal yang harus dilakukan para pelaku usaha yaitu menggerakkan inovasi dari produk yang mereka jual agar daya saing dapat berkembang (

Maka dari itu peneliti memilih pelaku usaha distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung sebagai studi kasus karena adanya peningkatan jumlah gerai yang dimana brand-brand lokal sedang *booming* di kalangan remaja Kota Bandung terutama di Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung ini. Mereka tentunya harus dapat mengoptimalkan kinerja usahanya dengan mengutamakan pengembangan daya saing dan komitmen berwirausaha untuk menghadapi para pesaing yang ada di sekitar tempat usaha mereka agar dapat mempertahankan bisnisnya yang dimana mereka harus mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dan membuat sebuah rencana untuk mengendalikan arah bisnis.

Jika ingin mempertahankan pertumbuhan bisnis, tentunya kita memerlukan manusia sebagai sumber tenaga kerja untuk menunjang kegiatan bisnis, sebab manusia sebagai perencana, pelaku dan penentu tujuan dari suatu bisnis dalam skala kecil maupun besar. Dengan adanya sumber daya manusia, akan menghasilkan kemajuan dan keuntungan pada bisnis yang sedang berjalan, Hal ini dapat menjadi penunjang pelaku usaha untuk dapat mempertahankan bisnisnya. Maka, demi keberlangsungan bisnis yang dimiliki, perlu adanya kinerja usaha yang baik agar kegiatan pengelolaan bisnis dapat berjalan dengan baik.



Kinerja usaha yaitu rancangan yang mengukur prestasi dari rencana yang sudah dilaksanakan perusahaan dalam menghadapi persaingan (Satwika & Dewi, 2018). Peningkatan kinerja usaha dilakukan agar terjaganya kestabilan usaha dengan melakukan peningkatan pada penjualan, peningkatan keuntungan ,ataupun peningkatan pelanggan. Selain itu, kinerja usaha akan berjalan dengan baik jika didukung oleh kemampuan bersaing dengan membuat kualitas produk yang maksimal dan memperluas jaringan usaha karena diperlukan untuk bekerjasama ataupun berkomunikasi dengan para pelaku usaha yang lain agar mampu meminimalisir kendala-kendala yang akan dihadapi (Gaol & Sigalingging, 2022). Selain itu, agar kinerja usaha dapat memberikan manfaat secara maksimal dalam suatu bisnis, pelaku usaha juga memerlukan adanya pengembangan daya saing dan komitmen usaha yang baik.

Maka dari itu penulis melakukan survey awal kepada 20 responden pelaku usaha untuk melihat bagaimana pengaruh pengembangan daya saing dan komitmen usaha terhadap kinerja usaha pada distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung. Kinerja usaha terdiri dari tiga indikator berupa pertumbuhan dalam penjualan, pertumbuhan keuntungan (profit) dan pertumbuhan memuaskan Rahayu 2013 dalam (Arianti, Utami P., & Violinda, 2023), maka berikut merupakan survey awal terkait kinerja usaha yang peneliti buat :

**Tabel 1.4**  
**Survey Awal Mengenai Kinerja Usaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah jumlah penjualan produk anda secara umum mengalami peningkatan ?	13 (65%)	6 (35%)

2	Apakah profit atau keuntungan usaha anda secara umum mengalami peningkatan?	9 (45%)	11 (55%)
3	Apakah jumlah pelanggan anda secara umum mengalami peningkatan?	15 (75%)	5 (25%)

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung dengan 3 pertanyaan pada indikator kinerja usaha. Maka hasil terendah terdapat pada pertanyaan kedua sebesar 55%, responden menjawab tidak, sebab mereka tidak selalu mengalami peningkatan di dalam keuntungan atau profit dalam penjualannya karena pendapatan mereka tiap bulan masih tidak stabil dan usaha yang dijalani masih sering mengalami kenaikan dan penurunan dalam proses penjualannya.

Persentase yang rendah pada indikator tersebut diperkuat dengan wawancara kepada pelaku usaha di distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung yaitu Bapak Sahlan yang memberikan informasi bahwa dalam meningkatkan profit atau keuntungan tentunya menjadi hal yang sulit dikarenakan setiap penjualan tentunya tidak akan mengalami kestabilan, dan jika ingin mendapatkan profit atau keuntungan yang meningkat hanya bisa dilakukan dalam waktu-waktu tertentu saja seperti saat momen ramadhan dan akhir tahun baru atau di *event-event* tertentu, maka dari itu usaha yang dijalankan tentunya tidak selalu mendapatkan peningkatan profit atau keuntungan. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat juga akan mengakibatkan harga menjadi rendah dan margin dari keuntungan tentunya akan menjadi tipis, selain dari itu biaya-biaya operasional

selalu tidak stabil yang mengakibatkan keuntungan tidak selalu mengalami peningkatan.

Variabel kinerja usaha diindikasikan dapat dipengaruhi variabel pengembangan daya saing. Kinerja usaha yang baik pada suatu bisnis tidak lepas dari adanya pengembangan daya saing yang sesuai dengan bisnis yang berlangsung, terlebih lagi di dalam tingginya tingkat persaingan distro-distro yang ada di Kota Bandung Kawasan Trunojoyo dan Sultan Agung dimana pelaku usaha harus dapat mengembangkan daya saingnya di karena jika daya saing tidak ditingkatkan maka dapat memunculkan hal yang negatif (Rajul, 2023). Hal negatif seperti, konsumen dapat beralih kepada produk kompetitor yang menjual barang sejenis atau terdapat konsumen yang merasa tidak puas terhadap produk ataupun jasa yang diberikan. Maka agar memiliki kinerja yang maksimal, perlu adanya usaha untuk meningkatkan pengembangan daya saing.

Pengembangan daya saing yaitu menambah kecakapan dalam mengelola usahanya dengan merubah dirinya dengan lebih baik secara terus menerus untuk menanggapi perubahan ekonomi, politik maupun teknologi sehingga dapat berdaya saing (Zaelani, 2019). Kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing adalah suatu strategi yang sangat membantu keberlangsungan perusahaan tersebut. Pengembangan daya saing sendiri memiliki tiga indikator berupa ketersediaan pasar, risiko kegagalan dan penentuan harga (Rostini, Souisa, Masmarulan, & Yasi, 2021), maka berikut merupakan survey awal terkait pengembangan daya saing yang peneliti buat :

**Tabel 1.5**  
**Survey Awal mengenai Pengembangan Daya Saing**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dengan mempunyai diferensiasi (perbedaan) dalam produk?	5 (25%)	15 (75%)
2	Apakah Anda sudah meminimalisir resiko-resiko kegagalan yang akan dihadapi saat menjalankan usaha?	14 (70%)	6 (30%)
3	Apakah harga jual produk Anda dapat bersaing di pasar dengan para kompetitor yang lain?	16 (80%)	4 (20%)

*Sumber : Data diolah 2023*

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung dengan 3 pertanyaan pada indikator pengembangan daya saing. Maka hasil terendah terdapat pada pertanyaan pertama sebesar 75%, responden menjawab tidak, sebab mereka belum mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dengan mempunyai diferensiasi (perbedaan) dalam produk. Sebagian besar memiliki produk yang sama dikarenakan mereka mengikuti trend yang ada dan menjadikan sebagian besar dari mereka memiliki kemiripan dalam produknya.

Persentase yang rendah pada indikator tersebut diperkuat dengan wawancara kepada pelaku usaha di distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung yaitu Bapak Daniel yang memberikan informasi bahwa untuk membuat suatu produk yang akan dipasarkan tentunya akan melibatkan pemantauan tren terkini dalam hal ini untuk mengikuti perubahan yang terjadi agar relevan dan memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Hambatan yang terjadi jika mengikuti trend yang sedang

terkini tentunya produk tidak akan mempunyai diferensiasi (perbedaan) karena keterbatasan ide-ide yang inovasi untuk mengambil peluang perbedaan produk seperti apa yang harus dilakukan agar produk yang dijual lebih unggul dan lebih baik.

Selain itu, variabel pengembangan daya saing juga diindikasikan dapat dipengaruhi variabel komitmen berwirausaha. Komitmen berwirausaha mendorong pelaku usaha berusaha untuk konsisten terhadap peningkatan kualitas produknya agar dapat menembus pasar yang lebih luas (Ahmad, Ahmad, & Afriyani, 2022). Keinginan untuk memperluas pasar menuntut mereka untuk selalu berkomitmen menjadi pengusaha sukses dengan selalu cermat dalam melihat ketersediaan pasar, harus bisa membaca resiko kegagalan dan harus bisa menentukan harga produk dengan sebijak mungkin.

Komitmen berwirausaha adalah suatu rancangan yang mengartikan sebuah kestabilan dengan dasar keyakinan, sikap maupun perilaku untuk menyetujui ataupun menolak tujuan yang sudah direncanakan (Arianti, Utami P., & Violinda, 2023). Komitmen berwirausaha yang ada pada pelaku usaha distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung ini harus mampu mengantarkan kesuksesan usaha dengan cara mengekspos diri untuk dapat bersaing dengan kompetitor yang ada di wilayah lain.

Komitmen berwirausaha terdiri dari lima indikator berupa percaya diri, memiliki inisiatif, memiliki motif berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan dan berani mengambil resiko (Suryana, 2014:22), maka berikut merupakan survey awal terkait kinerja usaha yang peneliti buat :

**Tabel 1.6**  
**Survey Awal Mengenai Komitmen Berwirausaha**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda memiliki keyakinan yang optimis, bertanggung jawab, dan disiplin dalam menjalankan usaha?	14 (70%)	6 (30%)
2	Apakah Anda melakukan hubungan dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan merek dan memperoleh audien yang lebih luas?	12 (60%)	8 (40%)
3	Apakah Anda dapat mengendalikan arah bisnis melalui peningkatan kemampuan pribadi untuk memenuhi tujuan penjualan?	15 (75%)	5 (25%)
4	Apakah Anda dapat mengatur detail penting dalam persoalan produksi, desain dan pemasaran?	18 (90%)	2 (10%)
5	Apakah anda berani mengambil resiko kegagalan untuk sebuah hasil yang besar?	3 (15%)	17 (85%)

*Sumber : Data diolah 2023*

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung dengan 5 pertanyaan pada indikator Komitmen Berwirausaha. Maka hasil terendah terdapat pada pertanyaan kelima sebesar 85%, responden menjawab tidak, sebab sebagian besar dari mereka tidak berani mengambil resiko kegagalan untuk sebuah hasil yang besar dikarenakan mereka mempunyai ketakutan jika mengalami kerugian dalam usaha nya.

Persentase yang rendah pada indikator tersebut diperkuat dengan wawancara kepada pelaku usaha di distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung yaitu Bapak Irwan yang memberikan informasi bahwa untuk meraih sebuah hasil yang besar tentunya harus dapat melihat secara detail dan hati-hati karena jika ingin mendapatkan hasil yang lebih besar tentunya akan melewati kendala-kendala. Dalam melewati kendala tersebut rata-rata pelaku usaha tidak

berani menghadapinya karena mempunyai ketakutan di dalam dirinya karena kendala tersebut akan mengakibatkan kerugian dalam usahanya, contohnya seperti membuat stock barang yang banyak tapi tidak terjual habis dan itu salah satu hal yang bisa mengakibatkan kegagalan dan kerugian.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Pengembangan Daya Saing dan Komitmen Wirausaha terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Pelaku Usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung)**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dengan adanya latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti menemukan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung tidak mengalami peningkatan secara umum dalam profit atau keuntungan.
2. Pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung kurang mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dengan mempunyai diferensiasi (perbedaan) dalam produk.
3. Pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung tidak berani mengambil resiko kegagalan untuk sebuah hasil yang besar.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah peneliti uraikan sebelumnya, peneliti menemukan sebagian permasalahan yang akan diangkat yaitu sesuai dengan di bawah ini :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai pengembangan daya saing pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai komitmen berwirausaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh pengembangan daya saing terhadap komitmen berwirausaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh pengembangan daya saing terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
7. Seberapa besar pengaruh pengembangan daya saing terhadap kinerja usaha melalui pengembangan daya saing pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**



### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dilakukan penelitian ini agar mengetahui bahan dan informasi yang dibutuhkan sebagaimana yang telah diilustrasikan pada rumusan masalah untuk menganalisis serta mengetahui apakah terdapat Pengaruh Pengembangan Daya Saing dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada Pelaku Usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.

### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan diatas yang telah dikemukakan, terdapat tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengembangan daya saing pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai komitmen berwirausaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengembangan daya saing terhadap komitmen berwirausaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.

5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengembangan daya saing terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui besarnya pengaruh komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.
7. Untuk mengetahui pengembangan daya saing terhadap kinerja usaha melalui pengembangan daya saing pada pelaku usaha Distro Trunojoyo dan Sultan Agung Kota Bandung.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

1. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan mampu menunjang agar memperkirakan seberapa besar Pengaruh Pengembangan Daya Saing dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha dan mampu membantu pelaku usaha dalam mengembangkan untuk mencapai keberhasilan usaha.

2. Bagi pihak terkait

Melalui penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan mengenai penelitian ini dimana pihak terkait pun mampu mengetahui seberapa besar Pengaruh Pengembangan Daya Saing dan Komitmen Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha.

##### **1.4.2 Kegunaan Akademis**

1. Bagi Pihak Lain

Sebagai masukan, tumpuan serta menambah pengetahuan akan bahan pertimbangan yang bisa digunakan untuk bahan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan pengembangan daya saing dan komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Pengaruh dari isi penelitian ini supaya bisa dijadikan dokumen akademis yang mana bisa bermanfaat sebagai acuan akan sivitas akademika.

3. Pengembangan Ilmu

Pengaruh dari isi penelitian ini supaya mampu diangkat agar menjadi bahan perbandingan antara pengetahuan manajemen yang telah ada dan diperlukan pada dunia usaha nyata dan bisa mendapatkan keuntungan untuk semua pihak.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Peneliti**

Lokasi penelitian yang dilaksanakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu di Clothing Distro Trunojoyo Kota Bandung Jl.Trunojoyo, Citarum, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40115.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.7**  
**Pelaksanaan 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	Seminar													■	■	■	■												
6	Revisi																	■	■	■	■								
7	Penelitian lapangan																					■	■	■	■				
8	Bimbingan																									■	■	■	■
9	Sidang																												■

Sumber : *Diolah Peneliti (2023)*