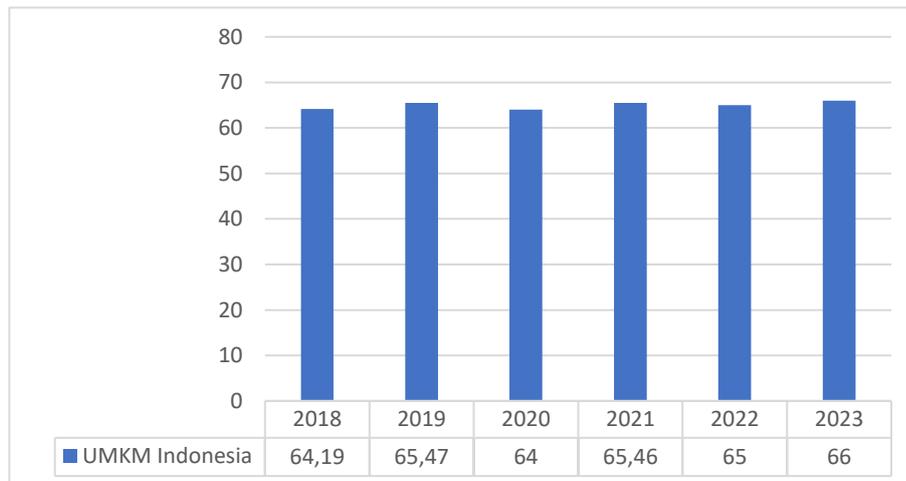


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional di sebuah negara. UMKM di Indonesia juga sangat penting dalam mendongkrak perekonomian dan memiliki ketahanan yang cukup besar dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi. Hal ini dibuktikan pada saat Krisis yang menerpa Indonesia pada tahun 1997 sampai tahun 1998, sektor UMKM yang tetap bertahan meskipun banyak perusahaan yang mengalami stagnansi hingga perusahaan mengalami kebangkrutan (Sarwono, 2015; Aprila et al., 2023). Sektor UMKM memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja (Limanseto, 2023). Berikut dibawah ini data pertumbuhan jumlah UMKM Indonesia dari tahun 2018 sampai tahun 2023.



Sumber: databoks (Juli, 2024)

Gambar 1. 1
JUMLAH UMKM INDONESIA

Berdasarkan Gambar 1.1 bahwa jumlah UMKM pada tahun 2023 meningkat sebesar 1,5% dan pada tahun tersebut merupakan rekor dengan jumlah terbanyak sejak 2018. Bertambahnya jumlah UMKM, ternyata tingkat kegagalan UMKM pun masih tinggi. Karena UMKM mengarah pada pertumbuhan ekonomi maka dibutuhkan pengusaha yang sukses atau berhasil untuk menumbuhkan ekonomi dan

Adela Salsabila Putri, 2025

PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *PRODUCT INNOVATION* TERHADAP *BUSINESS SUCCESS*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

meminimalisir kegagalan dalam usaha (Lussier, 2016). Karena pentingnya UMKM sebagai penopang perekonomian negara maka diperlukan penyusunan strategis yang tepat untuk keberhasilan usaha.

Keberhasilan usaha (*Business success*) merupakan gambaran keadaan usaha yang lebih baik daripada sebelumnya yang pada dasarnya berhasil mencapai tujuannya (Daulay & Ramadini, 2013, Giawa, 2022). *Business success* menjadi tujuan utama dalam mendirikan sebuah usaha. Ketika usaha menjadi lebih besar maka usaha tersebut berjalan dengan baik dan layak untuk dijalankan. Berhasil atau tidaknya suatu usaha kita dapat mengetahui dengan melihat pendapatan dari penjualan meningkat (Fitriah et al., 2020). Selain itu, keberhasilan suatu usaha tergantung pada ide karena sebagai pelaku usaha mampu menciptakan ide-ide baru yang menarik sehingga dapat menjadi suatu kelebihan dibandingkan dengan dengan periode sebelumnya atau dengan usaha lainnya (Suarmawan, 2015).

Business success dapat diukur secara kuantitatif maupun kualitatif yang memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Secara kualitatif, keberhasilan usaha dapat dinilai berdasarkan pendapat responden terkait perubahan yang terjadi atas suatu kondisi saat ini dibandingkan dengan kondisi pada periode sebelumnya. Penilaian ini dilakukan karena karakteristik pelaku usaha pada umumnya tidak melakukan pencatatan usaha yang dijalkannya. Secara kuantitatif, keberhasilan usaha dapat dinilai berdasarkan perubahan pada besarnya penghasilan rata-rata per hari, jumlah dan kelengkapan barang, jumlah pembeli, perluasan usaha dan keuntungan rata-rata per hari. Jika sebuah usaha mengalami peningkatan terhadap hal-hal diatas, maka terjadilah keberhasilan usaha dan sebaliknya jika sebuah usaha mengalami penurunan maka usaha tersebut menunjukkan ketidakberhasilan usaha (Melati, 2019).

Business Success sampai saat ini masih penting untuk diteliti karena mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Lussier, 2016, Tehseen et al., 2023). Penelitian terkait *business success* telah dilakukan di beberapa usaha mikro kecil dan menengah di berbagai negara yaitu UKM di Malaysia (Lim & Teoh, 2021), UKM ritel di Malaysia dan Bangladesh (Tehseen et al., 2023). Di Indonesia penelitian juga dilakukan pada beberapa industri, antara lain sentra industri

kerupuk, keripik, peyek, dan sejenisnya di Kota Semarang (DS & Trimeiningrum, 2018), sentra industri konveksi dusun mlangi dan sawahan nogotirto gamping sleman Yogyakarta (Maisaroh, 2019), sentra industri rajutan Binong Jati Bandung (Lestari, 2013), industri kreatif sub sektor industri pasar barang seni lukis tangan kelurahan jelekong Kab. Bandung (Puspa, 2020), dan masih banyak lagi industri-industri lainnya. Berikut dibawah ini data jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berdasarkan Kabupaten/ Kota di Jawa Barat tahun 2023.

Tabel 1. 1
JUMLAH USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
BERDASARKAN KABUPATEN/ KOTA DI JAWA BARAT TAHUN 2023

No	Kabupaten/ Kota	Jumlah UMKM
1.	Kabupaten Bogor	570.943
2.	Kabupaten Bandung	537.801
3.	Kota Bandung	523.584
4.	Kabupaten Sukabumi	409.507
5.	Kabupaten Garut	394.496
6.	Kabupaten Cirebon	384.544
7.	Kabupaten Cianjur	381.810
8.	Kabupaten Karawang	355.623
9.	Kabupaten Bekasi	351.720
10.	Kota Bekasi	309.116
11.	Kabupaten Indramayu	290.833
12.	Kabupaten Tasikmalaya	286.300
13.	Kabupaten Subang	258.457
14.	Kota Depok	247.207
15.	Kabupaten Majalengka	238.762
16.	Kabupaten Bandung Barat	237.919
17.	Kabupaten Ciamis	212.697
18.	Kabupaten Sumedang	176.898
19.	Kabupaten Kuningan	144.445
20.	Kota Tasikmalaya	138.703
21.	Kabupaten Purwakarta	132.816
22.	Kota Bogor	131.538
23.	Kabupaten Pangandaran	91.785
24.	Kota Cimahi	86.635
25.	Kota Cirebon	61.234
26.	Kota Sukabumi	60.865
27.	Kota Banjar	39.422

Sumber: Open Data Jabar (Agustus, 2024)

Berdasarkan tabel 1.1 tentang jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) berdasarkan kabupaten/ kota di Jawa Barat tahun 2023 menunjukkan bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan jumlah UMKM terbanyak di Jawa Barat yang berjumlah 523.584. Hal ini membuktikan bahwa perekonomian Jawa Barat sebagian besar ada di Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar ketiga di Indonesia yang memiliki luas wilayah sebesar 16.729,65 Ha. sekaligus menjadi ibu kota provinsi Jawa Barat. Hal ini menjadikan kota Bandung sebagai pusat usaha di provinsi Jawa Barat. Dengan keberagaman lapangan usaha yang ada di kota Bandung ini menjadi peluang bagi masyarakat kota Bandung dan sekitarnya untuk lebih memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memulai dan menjalankan sebuah bisnis (Risdiyanti, 2019). Berikut dibawah ini data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di wilayah kota Bandung (miliar rupiah) tahun 2021-2023.

Tabel 1. 2
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) ATAS DASAR
HARGA BELAKU MENURUT LAPANGAN USAHA DI WILAYAH KOTA
BANDUNG (MILIAR RUPIAH) TAHUN 2021-2023

No	Lapangan Usaha	Tahun			
		2020	2021	2022	2023
1.	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	287,42	291,89	306,12	308,98
2.	Pertambangan dan Penggalian	-	-	-	-
3.	Industri Pengolahan	55 293,89	57 998,39	62 480,78	65 798,01
4.	Pengadaan Listrik dan Gas	243,71	260,36	292,07	303,45
5.	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	542,69	590,08	636,00	645,81
6.	Konstruksi	23 988,72	25 485,81	27 531,36	28 926,83
7.	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	71 852,50	75 215,10	83 429,30	88 962,86
8.	Transportasi dan Pergudangan	21 046,41	20 142,82	25 446,76	28 263,78
9.	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	12 466,04	13 021,74	15 487,99	16 593,61
10.	Informasi dan Komunikasi	40 212,77	43 934,97	47 324,83	51 607,61
11.	Jasa Keuangan dan Asuransi	18 158,07	19 012,22	20 427,51	21 350,20
12.	Real Estate	3 329,27	3 664,30	3 990,05	4 222,43
13.	Jasa Perusahaan	2 414,32	2 579,60	3 035,58	3 335,71
14.	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	7 845,26	7 931,48	7 762,18	7 881,72
15.	Jasa Pendidikan	12 223,04	12 718,64	13 541,86	14 523,74
16.	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	3 303,35	3 662,65	4 098,27	4 608,72
17.	Jasa lainnya	10 419,28	10 606,21	12 360,76	13 950,99
	PDRB DENGAN MIGAS	283 626,74	297 116,26	328 151,44	351 284,45
	PDRB TANPA MIGAS	283 626,74	297 116,26	328 151,44	351 284,45

Sumber: Data Badan Pusat Statistik Kota Bandung (Juni, 2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 tentang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha di wilayah kota Bandung (miliar rupiah) tahun 2021-2023 bahwa perekonomian Kota Bandung tahun 2023 mencapai Rp 351,28 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi Kota Bandung mengalami pertumbuhan sebesar 5,07%. Menurut BPS Kota Bandung, sejak tahun 2020 terdapat tiga lapangan usaha yang memiliki kontribusi terbesar dalam struktur perekonomian Kota Bandung yaitu Perdagangan Besar dan Ecrean; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 25,33%, Industri pengolahan sebesar 18,73%, dan Informasi dan Komunikasi sebesar 14,69%.

Kota Bandung memiliki lima Kawasan industri dan perdagangan, salah satunya yaitu industri sepatu Cibaduyut yang terletak di Kecamatan Bojongloa Kidul yang dikenal dengan sebutan surganya sepatu di Kota Bandung (Nugroho, 2021). Industri sepatu Cibaduyut merupakan salah satu dari lapangan usaha pada kategori industri pengolahan, yang berfokus pada pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yaitu sepatu. Pada proses produksi ini melibatkan berbagai tahapan yang dimulai dari pengadaan bahan baku seperti kulit dan kain, desain hingga proses menjahit dan merakit sepatu. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Industri sepatu Cibaduyut memberikan kontribusi pada perekonomian lokal dan terus berkembang yang menjadikannya sebagai salah satu pilar penting dalam sektor industri pengolahan di Indonesia.

Pada era kolonial, Cibaduyut ini menjadi sentra penjualan sepatu terpanjang di dunia. Sepatu dihasilkan dari kerajinan tangan (*handmade*) masyarakat yang memiliki beragam model dari yang formal hingga kekinian. Produk Sepatu Cibaduyut ini kebanyakan terbuat dari kulit sapi, domba, ular, dan buaya. Produk-produk yang dihasilkan telah terkenal hingga 27 negara, bahkan lebih dari 45% sepatu bisa sampai ke Amerika Serikat. Sejarah perkembangan industri sepatu di Cibaduyut, keterampilan yang dimiliki ini diturunkan dari generasi lama ke generasi baru (Fauziah, 2023).

Sentra industri Sepatu Cibaduyut, dari awal kemunculannya hingga saat ini melalui proses yang sangat panjang. Tercatat bahwa sampai saat ini industri Sepatu Cibaduyut sudah mengalami beberapa kali penurunan, salah satunya karena adanya

persaingan global dengan negara-negara lain penghasil seperti Cina, India, Vietnam dan Kamboja (Ramadan & Suheri, 2020).

Kejayaan Cibaduyut sebagai sentra Sepatu perlahan semakin memudar sehingga menyebabkan penurunan jumlah pengrajin sepatu yang cukup signifikan. Berdasarkan dari data Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) bahwa pada tahun 2020 sampai tahun 2021 pengrajin di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, di Kota Bandung sebanyak 382 orang. Namun, pada tahun 2023 jumlah pengrajin hanya tersisa 50 orang. Salah satu faktor terbesar yang menyebabkan penurunan yaitu tidak ada regenerasi penerus industri sepatu. Selain itu, para pelaku industri sepatu di Cibaduyut juga mengalami kendala bahan baku dari Cina yang sulit untuk didapatkan. Hal ini dapat dilihat dari omset penjualan sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung per hari tahun 2020 sampai tahun 2021, sebagai berikut:

Tabel 1. 3
OMSET PENJUALAN SEPATU DI KAWASAN SENTRA SEPATU
CIBADUYUT, KOTA BANDUNG PER HARI TAHUN 2020-2021

Tahun	Omset Penjualan/ Hari
2020	Rp 329.780.250
2021	Rp 311.181.845

Sumber: (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung), diolah oleh peneliti pada bulan Juni 2024

Berdasarkan Tabel 1.3 tentang kapasitas produksi sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung menunjukkan bahwa kapasitas produksi sepatu yang semula pada tahun 2020 sebesar Rp 329.780.250 per hari namun pada tahun 2021 hanya sebesar Rp 311.181.845 per hari. Terlihat bahwa omset penjualan sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung mengalami penurunan sebesar 6%.

Penurunan omset penjualan yang terjadi dikarenakan jumlah pemesanan berkurang sehingga berpengaruh terhadap produksi sepatu. Hal ini dapat dilihat dari kapasitas produksi sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung per hari tahun 2020 sampai tahun 2021, sebagai berikut:

Tabel 1. 4
KAPASITAS PRODUKSI SEPATU DI KAWASAN SENTRA SEPATU
CIBADUYUT, KOTA BANDUNG PER HARI TAHUN 2020-2021

Tahun	Kapasitas Produksi/ Hari
2020	9.526
2021	8.736

Sumber: (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung), diolah oleh peneliti pada bulan Juni 2024

Berdasarkan Tabel 1.4 tentang kapasitas produksi sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung menunjukkan bahwa kapasitas produksi sepatu yang semula pada tahun 2020 sebanyak 9.526 pasang per hari namun pada tahun 2021 hanya sebanyak 8.736 pasang per hari. Terlihat bahwa kapasitas produksi sepatu di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung mengalami penurunan sebesar 8%.

Menurut Disperindag (Dinas Perindustrian dan Perdagangan), penurunan disebabkan adanya persaingan produk impor yang masuk ke Indonesia dan pelaku usaha Sepatu Cibaduyut tidak bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk impor yang masuk ke Indonesia sejak diberlakukannya era perdagangan bebas MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang memiliki dampak terhadap pertumbuhan industri Sepatu Cibaduyut. Banyak sekali produk Sepatu impor yang telah membanjiri pasar dalam negeri seperti mal hingga pasar tradisional (Destany et al., 2022). Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini maka para pengrajin sepatu harus melakukan inovasi pada desain sepatu. Namun para pengrajin sepatu Cibaduyut belum melakukan secara optimal dikarenakan keterbatasan pengetahuan dalam desain. Model produk yang ada tidak di desain sendiri, tetapi hanya menduplikasi produk alas kaki yang sedang *trendy* di pasaran (Yuniarti & Raharja, 2016).

Para pengrajin mengaku bahwa pemesanan Sepatu menurun bahkan ada juga yang tidak memiliki pesanan Sepatu. Hal ini mengakibatkan banyak pengrajin yang terpaksa menghentikan produksi Sepatu. Hal ini juga berpengaruh terhadap para tenaga kerja. Dibawah ini terdapat data jumlah tenaga kerja di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung Tahun 2020-2021, sebagai berikut:

Tabel 1. 5
JUMLAH TENAGA KERJA DI KAWASAN SENTRA SEPATU
CIBADUYUT, KOTA BANDUNG TAHUN 2020-2021

Tahun	Jumlah Tenaga Kerja
2020	1627
2021	1484

Sumber: (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung), diolah oleh peneliti pada bulan Juni 2024

Berdasarkan Tabel 1.5 tentang jumlah tenaga kerja di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung menunjukkan bahwa jumlah tenaga kerja yang semula pada tahun 2020 sebanyak 1627 orang namun pada tahun 2021 hanya sebanyak 1484 orang. Terlihat bahwa jumlah tenaga kerja di Kawasan Sentra Sepatu Cibaduyut, Kota Bandung mengalami penurunan sebesar 9%.

Industri sepatu Cibaduyut mengalami fase peningkatan dan penurunan, pada tahun 2022 industri ini mengalami penurunan yang diakibatkan pandemi Covid-19 yang mengakibatkan para pengusaha terpaksa harus menghentikan produksi dan menghadapi kesulitan dalam pemasaran. Pada tahun 2023, terjadi pemulihan yang signifikan dengan meningkatnya penjualan melalui platform *e-commerce* yang menjadi strategi pengusaha untuk menjangkau pasar lebih luas. Kemudian pada tahun 2024, proyeksi menunjukkan bahwa pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri sepatu Cibaduyut. Pertumbuhan industri sepatu di Cibaduyut juga terus dipertimbangkan karena pasar sepatu di Indonesia diprediksi mencapai US\$5,49 miliar pada tahun 2024 (Juwitasari, 2024).

Perkembangan industri telah membuka peluang bagi jenis usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk dapat tumbuh dan berkontribusi dalam perekonomian. Industri sepatu Cibaduyut berada pada kategori usaha kecil yang memiliki karakteristik sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yaitu memiliki omzet Rp300.000.0000 – Rp2.500.000.000 per tahun dan rata-rata memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 5 orang karyawan.

Berdasarkan penyebab fenomena-fenomena yang terjadi pada industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung maka untuk menuatkan jbaran permasalahan yang terjadi pada Kawasan Sentra Sentra Sepatu Cibaduyut Kota Bandung maka peneliti

melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 pelaku usaha sepatu Cibaduyut yang dapat dilihat pada Tabel 1.6 yang menunjukkan terdapat beberapa faktor yang menyebabkan adanya permasalahan terkait *business success*. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data pada Tabel 1.6 sebagai berikut:

Tabel 1. 6
HASIL PRA PENELITIAN GAMBARAN BUSINESS SUCCESS PADA
INDUSTRI SEPATU CIBADUYUT KOTA BANDUNG

No.	Pernyataan	Tanggapan	
		Ya (%)	Tidak (%)
1.	Perusahaan menawarkan produk yang memiliki desain yang unik dari produk pesaing di pasar	33,3	66,7
2.	Perusahaan menghasilkan produk dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi	53,3	46,7
3.	Produk yang dihasilkan oleh perusahaan lebih inovatif dibandingkan pesaing	30	70
4.	Setiap tahunnya keuntungan perusahaan selalu meningkat	20	80
5.	Perusahaan dapat mengontrol biaya produksi secara efektif untuk menjaga profitabilitas	43,3	56,7
6.	Pendapatan yang diperoleh perusahaan per unit sepatu telah melebihi target	30	70
7.	Perusahaan menerima ulasan positif dari pelanggan	53,3	46,7
8.	Pelanggan melakukan pembelian ulang produk perusahaan melalui platform <i>e-commerce</i>	50	50
9.	Pelanggan memberikan rating setelah melakukan pembelian produk di platform <i>e-commerce</i>	50	50
10.	Perusahaan tidak pernah mendapatkan komplain dari pelanggan	63,3	36,7
11.	Perusahaan mampu memproduksi barang sesuai dengan target yang ditetapkan	53,3	46,7
12.	Perusahaan selalu mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi	43,3	56,7
13.	Perusahaan dapat memproduksi lebih cepat dari target yang telah ditetapkan	43,3	56,7
14.	Selama tiga tahun terakhir produk yang terjual selalu meningkat	10	90
Total		576,4	832,6
Rata-Rata		41,1	59,4

Sumber penelitian: Pra Penelitian (Januari, 2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.6 tersebut, dapat dilihat bahwa kondisi terkait *business success* pada industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung secara keseluruhan belum sesuai dengan yang diharapkan. Pada nomor 13 “perusahaan dapat memproduksi lebih cepat dari target yang telah ditetapkan” responden menyatakan bahwa 43,3% dapat memproduksi lebih cepat dari target, namun sebesar 56,7%

tidak dapat memproduksi lebih cepat dari target yang telah ditentukan. Kemudian pada nomor 14 “selama tiga tahun terakhir produk yang terjual selalu meningkat” bahwa 10% responden menyatakan penjualan produk meningkat selama tiga tahun terakhir, namun sebesar 90% responden menyatakan bahwa penjualan selama tiga tahun terakhir tidak ada peningkatan. Serta pada nomor 4 “setiap tahunnya keuntungan perusahaan selalu meningkat” bahwa 20% responden menyatakan keuntungan perusahaan meningkat setiap tahunnya, namun 80% responden menyatakan bahwa setiap tahunnya keuntungan tidak ada peningkatan. Secara keseluruhan hasil penelitian responden menyatakan bahwa 41,1 persen mengalami keberhasilan pada usahanya, namun sebesar 59,4 persen para pelaku usaha sepatu Cibaduyut Kota Bandung mengalami ketidakberhasilan pada usahanya.

Dalam beberapa tahun terakhir, *business success* menjadi topik yang sangat penting dikarenakan *business success* pada dasarnya adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuannya (Puspa, 2020). Terdapat faktor-faktor yang berpengaruh pada *business success* disebutkan pada beberapa penelitian diantaranya *e-commerce* (Saputra et al., 2019; Riau, 2019; Sulistyorini et al., 2019; Saraswati, 2020; Ardiyanto, 2021; Dewi, 2021) dan *product innovation* (Ulum et al., 2023; Safitri et al., 2023; Victor & Nikita, 2023; Juliani, 2023; Gustamam et al., 2023).

E-commerce merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *business success*. Menurut Kotler & Keller (2016) bahwa *e-commerce* merupakan penggunaan *website* untuk bertransaksi atau tempat untuk jual beli produk dan jasa secara online melalui internet dengan memanfaatkan sistem komputer. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Saputra et al., 2019) bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap keberhasilan. Hal ini ditunjukkan dengan semakin tinggi *e-commerce* semakin tinggi juga keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung. Saat ini para pelaku usaha sudah memanfaatkan *e-commerce* sebagai media pemasaran atas barang atau jasa yang ditawarkan salah satunya yaitu para pelaku usaha industri sepatu Cibaduyut. Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Bandung bahwa pelaku usaha sepatu di Kawasan sepatu Cibaduyut Kota Bandung telah melakukan pemasaran melalui berbagai platform daring seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Facebook, Instagram, serta Whatsapp.

Kemudian faktor yang dapat mempengaruhi *business success* yaitu *product innovation*. *Product innovation* merupakan pengenalan atau pengembangan suatu produk baik berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk tersebut (Victor & Nikita, 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Victor & Nikita, 2023) bahwa *product innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business success* pada pedagang di asia megamas Medan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi *product innovation* yang dimiliki oleh pedagang, maka *business success* yang dihasilkan oleh pedagang di asia megamas Medan akan semakin meningkat. *Product innovation* pada pelaku usaha industri sepatu Cibaduyut dilakukan melalui perubahan desain yang dimana jika dulu sepatu hanya berbahan kulit dan formal maka sekarang lebih mengikuti selera pasar bahkan banyak pelaku usaha sepatu Cibaduyut juga mendesain sepatu secara custom sesuai dengan permintaan konsumen.

Dengan pemikiran tersebut, peneliti memutuskan yang menjadi masalah penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa pelaku industri sepatu Cibaduyut mengalami ketidakberhasilan usaha. Berdasarkan uraian tersebut dan diperkuat dengan data-data dilapangan, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *E-commerce* dan *Product Innovation* terhadap *Business Success* (Studi pada Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung)**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *e-commerce*, *product innovation* dan *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?

5. Bagaimana pengaruh langsung yang dominan dan tidak dominan dari *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku usaha UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?
6. Manakah variabel independen yang dapat meningkatkan atau menurunkan variabel independen lainnya secara tidak langsung terhadap *business success* pada pelaku usaha UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui gambaran *e-commerce*, *product innovation* dan *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
3. Mengetahui pengaruh *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
4. Mengetahui pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
5. Mengetahui pengaruh langsung yang dominan dan tidak dominan dari *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku usaha UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
6. Mengetahui variabel independen yang dapat meningkatkan atau menurunkan pengaruh variabel independen lainnya secara tidak langsung terhadap *business success* pada pelaku usaha UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teori maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu kewirausahaan, khususnya yang membahas mengenai pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung.

2. Secara praktis

Dari hasil penelitian ini dapat menjadi suatu masukan bagi para pelaku UMKM industri sepatu Cibaduyut Kota Bandung. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan landasan untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh *e-commerce* dan *product innovation* terhadap *business success* pada pelaku UMKM.