

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi yang pesat sangat memberikan banyak ruang untuk berekspresi dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Banyak dampak positif maupun dampak negatif yang dihasilkan dari dampak kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi memberikan kesempatan dan ruang bagi orang untuk lebih mengeksplor kreatifitas mereka dengan menghasilkan karya-karya yang kreatif. Kreatifitas yang didukung dengan kemajuan teknologi memunculkan karya-karya yang dapat meningkatkan perekonomian negara. Kreatifitas itu juga yang memicu timbulnya ekonomi kreatif, salah satu aspek yang saat ini menjadi salah satu topik penting dalam pengembangan suatu negara.

Kemajuan teknologi ini juga berdampak pada perkembangan industri kreatif di Indonesia sejak tahun 2000 yang meningkat dengan baik. Sebelum tahun 2004, industri kreatif di Indonesia tumbuh dan berkembang secara alamiah. Pada tahun 2015 Presiden Indonesia Joko Widodo mendirikan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) melalui Peraturan Presiden (PP) Nomor 6 Tahun 2015 dan diperbaharui pula dengan PP Nomor 72 Tahun 2015, Tanggal 16 Juni 2015, Tentang Perubahan atas Peraturan Presiden No 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Langkah tersebut merupakan bukti komitmen dari Presiden untuk mengeksplorasi potensi yang belum tergali di industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional karena ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting perekonomian Indonesia. Sektor industri kreatif di Indonesia haruslah dikembangkan secara serius dengan tujuan mempersiapkan generasi muda Indonesia dengan harapan mereka mampu menjadi *creativepreneur* yang sukses dan berdampak di masa depan bagi perekonomian Indonesia. Peraturan Presiden Nomor 72 tahun 2015 tersebut juga

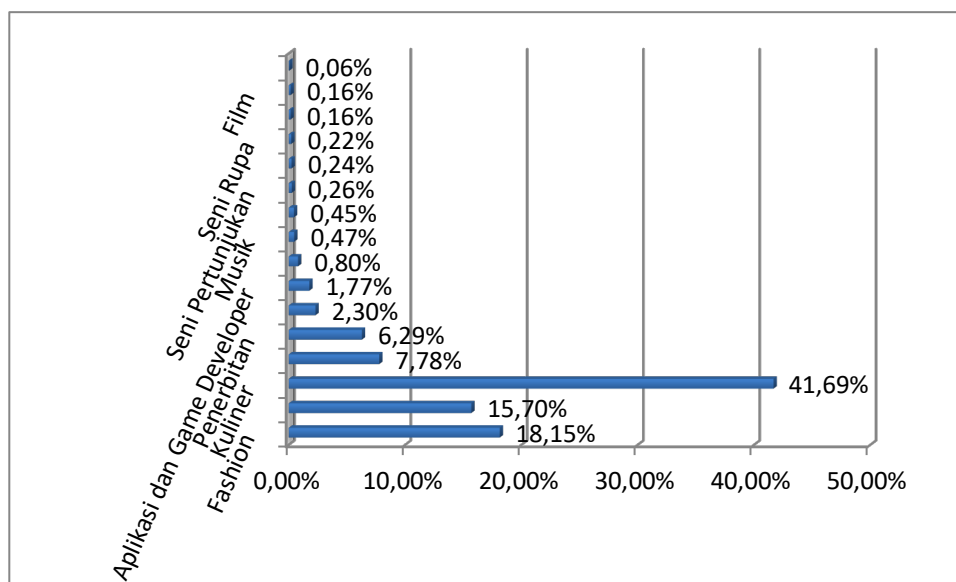
Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

mendefinisikan industri kreatif, yakni merupakan industri yang bermuara pada intelektualitas, ide dan gagasan yang orisinal, kemudian merealisasikan berdasarkan pemikiran dan rasa dari lubuk hati yang paling dalam sebagai insan kreatif yang ingin memajukan industri dalam negeri.

Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif di Indonesia tahun 2015 adalah sebesar 852 triliun rupiah dan pada tahun 2019 sudah mencapai 1.211 triliun rupiah. Menurut data tersebut, ekonomi kreatif di Indonesia didominasi oleh 3 subsektor yaitu: pertama, subsektor kuliner yang memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif sebesar 41,69 persen; kedua, subsektor *fashion* yang memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif sebesar 18,15 persen; dan ketiga, subsektor kriya yang memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif sebesar 15,70 persen. Kontribusi PDB ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan subsektor dapat disajikan pada Gambar 1.1 sebagai berikut.



(Sumber: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif (2019))

Gambar 1.1. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

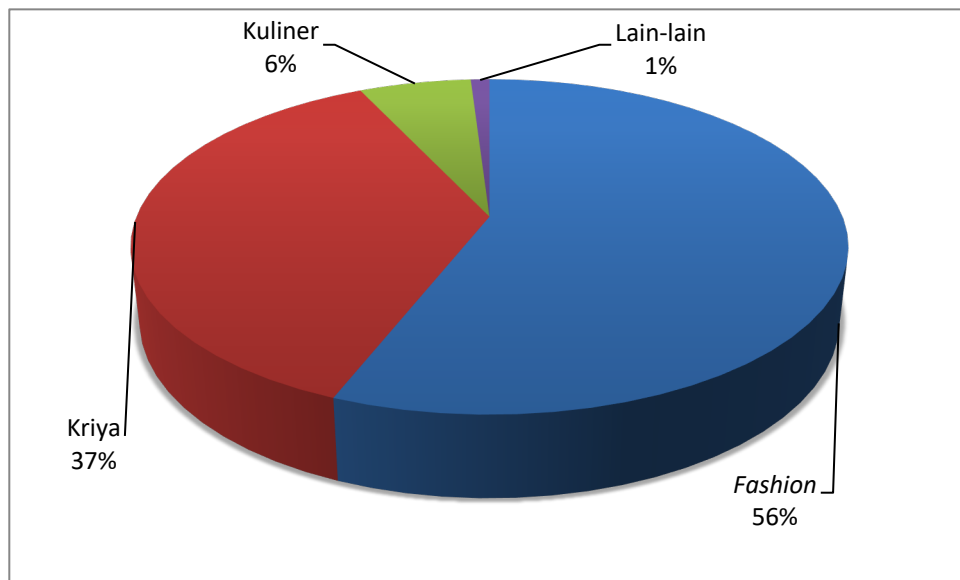
Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, tidak hanya pada ekonomi kreatif tetapi kontribusi pada sektor pariwisata. Subsektor kuliner memang menjadi primadona dengan memberikan kontribusi terbesar terhadap

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

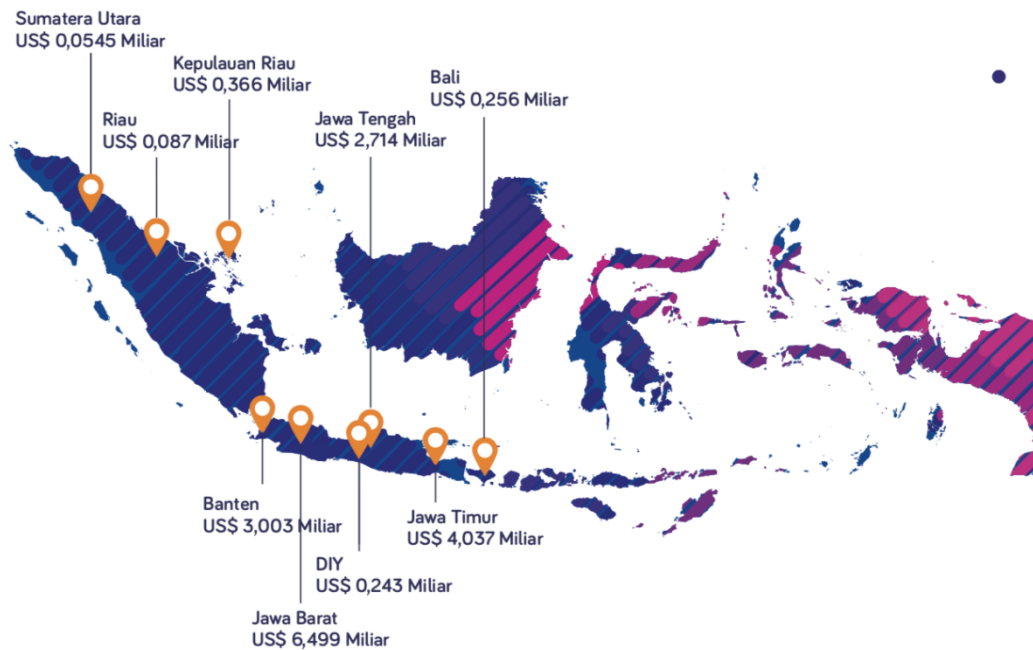
PDB, namun apabila dilihat dari total ekspor, sektor ekonomi kreatif yang sebesar US\$ 19,4 miliar, subsektor kuliner hanya memberikan kontribusi sebesar 6 persen. Berbeda dengan subsektor *fashion* yang memberikan kontribusi terbesar sebesar 56 persen terhadap total ekspor sektor ekonomi kreatif. Persentase ekspor ekonomi kreatif menurut subsektor dapat disajikan pada Gambar 1.2. sebagai berikut.



(Sumber: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif (2019))

Gambar 1.2. Persentase Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor

Kontribusi ekspor produk ekonomi kreatif terbanyak adalah dari wilayah Jawa Barat dengan kontribusi sebesar 33,66 persen dari total ekspor produk kreatif, diikuti oleh wilayah Jawa Timur sebesar 20,85 persen dan Wilayah Banten sebesar 15,66 persen, seperti tampak pada Gambar 1.3.



(Sumber: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif (2019))

Gambar 1.3. Kontribusi Ekspor Ekonomi Kreatif per Wilayah di Indonesia

Fashion merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia. Kegiatan-kegiatan yang masuk dalam kategori industri kreatif *fashion* adalah kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain asesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan asesorisnya, konsultasi lini produk *fashion*, dan distribusi produk *fashion* (Pangestu, 2008: 175). Secara garis besar kegiatan yang termasuk dalam subsektor *fashion* meliputi kegiatan dalam pembuatan desain pakaian, alas kaki, asesoris lainnya, kemudian kegiatan dalam memproduksi pakaian, alas kaki, asesoris lainnya sampai kegiatan penyampaian barang produksi tersebut dari produsen sampai ke konsumen (Mia, 2019).

Menurut McKinsey (2016), sektor *fashion* meningkat 5,5 persen per tahunnya dan menjadi salah satu sektor dari tujuh sektor terbesar dalam pendapatan perkapita tiap negara. Tidak mengherankan jika subsektor *fashion* merupakan salah satu primadona di sektor industri kreatif. Namun, di balik pertumbuhan yang cukup tinggi, bukan berarti tidak ada permasalahan di sektor *fashion*. *CB Insights Research* merilis laporan pada tanggal 12 Maret 2019 bahwa pada tahun 2018 ada 5.864 toko retail di Amerika Serikat ditutup yang didominasi oleh sektor retail

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

fashion dan bertambah menjadi 7.062 toko pada tahun 2019. Dalam laporan tersebut ada 58 retail *fashion* raksasa yang bangkrut di mulai dari tahun 2015.

Salah satu bagian dalam *fashion* adalah produksi pakaian jadi dan distribusi pakaian jadi termasuk *retail* atau dalam kategori yang dinyatakan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia adalah industri pakaian jadi. Di Indonesia pun ternyata jumlah unit usaha industri pakaian jadi yang dinyatakan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menunjukkan adanya penurunan jumlah unit usaha pakaian jadi yang ada di Indonesia. Perkembangan jumlah unit usaha industri pakaian jadi 2015-2019 dapat disajikan pada Tabel 1.1. sebagai berikut.

Tabel 1.1.
Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Pakaian Jadi 2015-2019

| Jenis Industri | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil | 1,705 | 1,462 | 1,535 | 1,494 | 1,328 |
| Industri pakaian jadi (konveksi) dari kulit | 24 | 23 | 17 | 17 | 16 |
| Penjahitan dan pembuatan pakaian sesuai pesanan | 20 | 184 | 14 | 24 | 10 |
| Industri perlengkapan pakaian dari tekstil | 119 | 126 | 156 | 144 | 136 |
| Industri perlengkapan pakaian dari kulit | 28 | 35 | 27 | 30 | 25 |
| Industri pakaian jadi rajutan | 230 | 257 | 210 | 222 | 207 |
| Industri pakaian jadi sulaman/ bordir | 96 | 111 | 94 | 91 | 89 |
| Industri rajutan kaos kaki dan sejenisnya | 25 | 24 | 20 | 20 | 18 |
| Total | 2,247 | 2,222 | 2,073 | 2,042 | 1,829 |

Sumber: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2020)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah unit usaha industri pakaian jadi cenderung mengalami penurunan dari tahun 2015 sampai 2017 dan prediksi ini kemungkinan berlanjut pada tahun 2018 dan 2019, apalagi pada masa pandemi *Covid-19* tahun 2020. Tampaknya tahun 2017 sampai 2020 merupakan

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

tahun-tahun yang tidak bersahabat untuk industri kreatif, khususnya industri *fashion* di Indonesia.

Fenomena ini juga salah satunya disebabkan oleh kebangkrutan Diesel, salah satu raksasa *retail* pakaian jadi di Amerika Serikat, yang mengajukan kebangkrutan pada Maret 2019 karena adanya kerugian di 28 cabang. Diesel mengklaim bahwa salah satu penyebab kerugian adalah beberapa insiden pencurian dan penipuan yang menyebabkan kerugian \$1,2 juta selama tiga tahun terakhir. Menurut *Wall Street Journal*, Payless merupakan salah satu pengecer terbesar hingga saat ini dan merupakan salah satu *retail fashion* yang masuk ke Indonesia. Payless kewalahan berjuang dengan perubahan lingkungan *retail* yang akhirnya mengajukan kebangkrutan ke dua kalinya pada 18 Februari 2019. Menurut *CB Insights Research*, faktor-faktor yang menyebabkan *retail* pakaian jadi ini berguguran yaitu: perubahan perilaku konsumen pada generasi milenial yang menyebabkan perusahaan harus fleksibel mengadopsi *fast fashion* untuk dapat bertahan, kemudian persaingan dengan *e-commerce*, dan utang yang terlalu besar pada beberapa *retail fashion*.

Permasalahan kebangkrutan *retail fashion* ternyata memiliki *multiplier effect* ke seluruh dunia, termasuk ke Indonesia. Pada tahun 2017 di Indonesia, tercatat sudah beberapa *retail* pakaian jadi menutup gerainya seperti PT Matahari *Department Store*, Lotus *Department Store* dan Debenhams. Selanjutnya, yang terbaru adalah Neo Soho *Departemen Store* yang pada bulan Januari 2019 menggelar diskon hingga 90 persen dalam rangka penutupan gerainya. *Public Relations Departemen Manager* PT. *Central Retail* Indonesia Dimas Wisnu Wardana mengatakan penutupan *departemen store* dilakukan karena perusahaan mengubah strategi bisnis. Selain pusat perbelanjaan modern yang menutup gerainya, ternyata bisnis *Clothing & Distribution Store* (distro) yang sempat marak di kota Bandung, Jawa Barat juga mulai bertumbangan. Ketua “*Kreative Independent Clothing Kommunity*” (KICK) Bandung, Ade Andriansyah mengungkapkan, sejak awal tahun 2017 tingkat kunjungan distro anjlok 30 hingga 40 persen. Usaha distro yang biasanya menjual produk-produk *fashion* yang unik,

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

berkualitas bagus dengan harga terjangkau ini merupakan bisnis kreatif yang dikelola usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM. Harganya yang terjangkau dan produknya berkualitas membuat distro digemari berbagai kalangan, terutama anak muda. Biaya operasional yang terus melambung tidak diiringi dengan kenaikan penjualan membuat banyaknya distro-distro yang tumbang. Menurut laporan perkembangan industri 2016 yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia penurunan pertumbuhan industri pakaian jadi ternyata juga terkait nilai ekspor pada industri tersebut.

Tabel 1.2.
Laju Pertumbuhan PDB 2016-2018 Atas Dasar Harga Konstan 2010

| Lapangan Usaha | Pertumbuhan kumulatif | | | |
|---|-----------------------|-------|-------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Industri tekstil dan pakaian jadi | 6.58 | -0.05 | 0.00 | 0.03 |
| Industri makanan dan minuman | 4.07 | 7.54 | 8.46 | 8.73 |
| Industri pengolahan tembakau | -0.27 | 6.24 | 1.64 | 4.45 |
| Industri kayu, barang dari kayu dan gabus dan barang anyaman dari bambu, rotan & sejenisnya | 6.19 | -1.63 | -1.80 | -1.63 |

(Sumber: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2019))

Tabel 1.2. menunjukkan bahwa laju pertumbuhan PDB untuk industri tekstil dan pakaian barang jadi telah terjadi penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Lebih dari itu, khusus untuk jumlah ekspor pakaian jadi (dalam ribuan US\$) dari tahun 2015-2019 menurut Badan Pusat Statistik juga mengalami penurunan, seperti disajikan pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3.
Jumlah Ekspor Pakaian Jadi (Ribuan US\$)

| Tahun | Jumlah |
|-------|-----------|
| 2015 | 7,502,090 |
| 2016 | 7,451,081 |
| 2017 | 7,371,774 |
| 2018 | 7,367,058 |
| 2019 | 7,364,700 |

(Sumber: Badan Pusat Statistik (2020))

Fenomena penurunan dalam perkembangan jumlah unit usaha industri pakaian jadi, penurunan laju pertumbuhan pada industri tekstil dan pakaian jadi, dan penurunan jumlah ekspor pakaian jadi menunjukkan bahwa sektor ini belum optimal dalam meningkatkan keberhasilan bisnisnya.

Bisnis pakaian jadi di Jawa Barat sampai saat ini merupakan yang terbesar di Indonesia, diikuti oleh Jawa Timur dan Jawa Tengah. Kondisi industri pakaian jadi di Jawa Barat dapat mencerminkan kondisi di Indonesia secara keseluruhan. Kota Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat memiliki perkembangan pesat di dunia *fashion* khususnya pakaian jadi. Para pengusaha kreatif di Kota Bandung dan Provinsi Jawa Barat membuka usaha mereka dengan mendirikan *factory outlet*, distro, butik dan lain-lain. Perkembangan industri pakaian jadi di Provinsi Jawa Barat cukup pesat dengan adanya FO (*Factory Outlet*) dan Distro (*Distribution Store*) dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain. Selain itu, pada akhir tahun 2019, pemerintah Provinsi Jawa Barat menegaskan bahwa mewujudkan cita-cita untuk menjadikan Jawa Barat sebagai pusat mode Muslim Indonesia dan dunia pada tahun 2020.

Kontribusi industri pakaian jadi terhadap PDRB Kontribusi terhadap Total Ekspor Ekraf di Jawa Barat dari tahun 2014-2018 mengalami kenaikan, walaupun pada 2019 mengalami sedikit penurunan, seperti dapat disajikan pada Tabel 1.4. Kondisi ini menunjukkan pertumbuhan yang relatif stabil dibandingkan dengan pertumbuhan industri *fashion* di beberapa provinsi lain di Indonesia. Namun, pada tahun 2020, kondisi ini belum dapat diprediksi apakah akan naik atau akan turun sehubungan dengan adanya pandemi *Covid-19*, namun sepertinya disinyalir akan muncul penurunan.

Tabel 1.4.

Kontribusi industri pakaian terhadap PDRB dan Kontribusi terhadap Total Ekspor Ekraf di Jawa Barat dari tahun 2014-2019

| Tahun | Kontribusi terhadap PDRB Jawa Barat | Kontribusi terhadap Total Ekspor Ekraf |
|-------|-------------------------------------|--|
| 2014 | 16.17 | 53.05 |
| 2015 | 17.13 | 53.43 |
| 2016 | 18.01 | 54.54 |

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

| | | |
|------|-------|-------|
| 2017 | 18.15 | 55.97 |
| 2018 | 18.29 | 56.23 |
| 2019 | 17.55 | 55.79 |

(Sumber: Direktorat Riset dan Pengembangan Ekonomi Kreatif (2019))

Dengan adanya fenomena menurunnya kontribusi terhadap PDRB dan kontribusi terhadap total ekspor ekraf, ditambah dengan ketidakpastian pada masa pandemi *Covid-19* di tahun 2020, dimana pandemi ini membuat penguncian di seluruh dunia termasuk di Jawa Barat, yang menyebabkan sebagian besar penduduk di Jawa Barat terpaksa berdiam di rumah. Banyak daerah di Jawa Barat menutup jalanan, menutup pertokoan dan membatasi aktivitas warganya. Keadaan ini membuat banyak bisnis mengalami kerugian dengan harus tetap membayar sewa tempat, membayar gaji karyawannya dan menghentikan produksinya, dapat dinyatakan bahwa kondisi industri pakaian jadi di Jawa Barat khususnya, dan Indonesia umumnya, menghadapi masalah dalam meningkatkan keberhasilan bisnisnya.

Dalam hal ini, keberhasilan bisnis adalah keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan bisnis ditentukan perilaku kewirausahaan yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Suryana (2014) menyatakan faktor internal meliputi, hak kepemilikan (PR), kemampuan/kompetensi (*competency/ability*), dan insentif (*incentive*), sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan (*environment*). Kompetensi kewirausahaan merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, dan keberanian menghadapi risiko untuk memperoleh peluang untuk mencapai keberhasilan usaha (Suryana, 2014). Pendekatan terbaru untuk memahami bagaimana perilaku individu dapat berdampak pada hasil bisnis berfokus terutama pada kompetensi (Man & Lau, 2005).

Kewirausahaan melibatkan kesadaran pemilik/pendiri untuk melihat peluang yang ada dan kemampuan untuk memperoleh sumberdaya yang diperlukan untuk mengeksploitasi peluang (Alvarez & Busenitz, 2001). Barney (1991) menyatakan bahwa kompetensi wirausaha adalah sumber utama milik wirausaha (manusia), dan manusia adalah sumber daya manusia yang dikategorikan sebagai

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

aset tidak berwujud perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk menjadi lebih sukses. Hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan bisnis sudah dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya (Al-Damen, 2015; Xiaogang & Xinchun, 2005; Tanoira & Valencia, 2014). Kompetensi kewirausahaan juga berhubungan langsung dengan kinerja (Ibeh, 2003), dan keberhasilan dalam hal ukuran perusahaan dan pertumbuhan ekonomi (Tang, Wang, & Zhang, 2007).

Ahmad et al (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lingkungan bisnis secara signifikan memiliki hubungan dengan kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang memiliki tingkat kompetensi yang lebih tinggi memiliki kinerja yang lebih baik daripada pengusaha dengan tingkat kompetensi yang lebih rendah, dalam situasi di mana lingkungan dianggap berseteru dan dinamis. Menurut Gibb (2005), kelangsungan hidup dalam situasi seperti itu menuntut para wirausahawan untuk membangun kompetensi yang memungkinkan mereka menghadapi situasi yang menantang. Salah satu kompetensi tersebut melibatkan membangun dan mengembangkan jejaring sosial yang dapat menguntungkan bisnis (Markman, 2007). Diperkirakan bahwa membentuk koneksi dan jaringan memungkinkan wirausahawan untuk menavigasi jalan yang aman dalam pengaturan yang menuntut, seperti yang disajikan oleh lingkungan yang berseteru (Baum et al, 2001). Thompson (1999) mengemukakan bahwa dalam situasi kacau, seperti yang mungkin ditemui dalam lingkungan bisnis yang berseteru atau dinamis, pengusaha diwajibkan untuk mensintesis informasi, bertindak, dan merespons dengan cepat peluang.

Pandemi coronavirus *Covid-19* sejak awal 2020 telah menyebabkan sindemi (*syndemic*) yang menimbulkan komplikasi dari berbagai krisis kesehatan dan krisis sosial-ekonomi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Pandemi ini berpotensi untuk menciptakan dampak sosial, ekonomi, dan politik yang mengkhawatirkan di seluruh dunia. Kondisi ini juga turut memperburuk kondisi berbagai industri ekonomi kreatif dalam mengembangkan usahanya, termasuk bisnis pakaian jadi di Jawa Barat maupun di Indonesia.

Pandemi *Covid-19* ini, menurut UNDP (2019), memang tidak terbatas pada sekadar krisis kesehatan. Pandemi ini memengaruhi masyarakat dan ekonomi pada intinya. Meskipun dampak pandemi akan bervariasi dari satu negara ke negara lain, kemungkinan besar akan meningkatkan kemiskinan dan ketidaksetaraan dalam skala global, membuat pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) menjadi lebih mendesak. Menilai dampak krisis *Covid-19* pada masyarakat, ekonomi dan kelompok rentan sangat penting untuk menginformasikan dan menyesuaikan tanggapan pemerintah dan mitra untuk pulih dari krisis dan memastikan bahwa tidak ada yang tertinggal dalam upaya ini.

Penelitian ini didasarkan pada adanya senjang penelitian (*research gap*) dalam penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya, terkait dengan masih belum optimalnya keberhasilan bisnis karena belum berlandaskan pada daya saing yang tepat. Beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji senjang penelitian ini antara lain adalah dari Keeley (2013), Nohria & Gulati (1996), Varis & Littunen (2010), Ilker & Birdogan (2011), dan Mohsin et al, (2017) yang pada dasarnya menyatakan bahwa keberhasilan bisnis besar maupun kecil jika tidak ditunjang oleh daya saing yang tepat maka perusahaan tersebut dapat mengalami stagnasi.

Demikian pula, senjang penelitian ini terlihat pada hubungan antara kompetensi pengelola dan SDM perusahaan dengan daya saing dan pencapaian keberhasilan bisnis. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi adanya senjang penelitian terkait kompetensi dan keberhasilan bisnis, seperti yang diteliti oleh Man & Lau (2005), Alvarez & Busenitz, (2001), Al-Damen & Ali (2015), Xiaogang & Xinchun (2005); Tanoira & Valencia (2014), Ibeh (2003), dan Tang et al (2007). Senjang penelitian yang muncul terkait hubungan antara lingkungan bisnis dan keberhasilan bisnis mencakup penelitian dari Gynawali & Fogel (1994), Westerberg et al. (1997), Entrialgo et al. (2001), dan Ahmad et al (2010). Semua penelitian sebelumnya tersebut hanya secara parsial meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk menjembatani kesenjangan penelitian terkait keberhasilan

bisnis yang dipengaruhi oleh kompetensi dan lingkungan bisnis yang dimediasi oleh daya saing pada industri pakaian jadi di Provinsi Jawa Barat.

Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi beberapa senjang teori (*theoretical gap*) dari dalam keberhasilan bisnis yang biasanya mengacu pada teori kinerja yang dilihat dari *balanced scorecard* (Kaplan & Norton, 1996; Wheelen & Hunger, 2012; dan Striukova, et al., 2008). Pada penelitian ini, teori keberhasilan bisnis dilihat dari aspek *financial* dan *non-financial*. Teori-teori terkait kompetensi banyak dikaitkan dengan keberhasilan bisnis, seperti kompetensi yang mencakup *opportunity* (peluang), *relationship* (hubungan), *conceptual* (konseptual), *organizing* (pengorganisasian), *strategic* (strategis), dan *commitment* (komitmen) dari Man et al., (2008). Namun, dalam mengkaji kompetensi kewirausahaan, peneliti perlu memahami perilaku yang terkait dengan masing-masing bidang kompetensi, sehingga penelitian ini mencoba untuk mengembangkan teori-teori tersebut menjadi kompetensi kewirausahaan yang diukur melalui kompetensi *strategic, commitment, conceptual, opportunity, organizing and leading, relationship, learning, personal, dan technical*.

Beberapa penelitian sebelumnya biasanya mengacu teori lingkungan bisnis menjadi lingkungan bisnis internal dan lingkungan bisnis eksternal. Untuk melengkapi senjang teori tersebut, penelitian ini mencoba mengisinya dengan teori dari Tsai et al, (1991) dan Covin et al (2006) terkait bagaimana perusahaan mempersepsi lingkungan bisnis yang *benign/hostile* dan yang *stable/dynamic* secara bipolar. Pada dasarnya, senjang teori yang ada pada penelitian-penelitian sebelumnya dapat diisi oleh penelitian ini sehingga menghasilkan temuan dan *novelty* penelitian.

Keterkaitan antara teori yang satu dengan teori yang lainnya tercakup dalam senjang penelitian (*research gap*) dan senjang empiris (*empirical gap*). Beberapa senjang empiris terkait dengan perbedaan antara cakupan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, terutama dalam keterkaitan antarvariabel, yang dalam penelitian ini secara khusus meneliti mengenai model peningkatan keberhasilan bisnis melalui kompetensi kewirausahaan dan lingkungan bisnis yang

Okky Rizkia Yustian, 2021

MODEL PENINGKATAN KEBERHASILAN BISNIS MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN BISNIS YANG DIMEDIASI OLEH DAYA SAING PADA INDUSTRI PAKAIAN JADI DI JAWA BARAT

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

dimediasi oleh daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat dalam satu kerangka model. Penelitian ini juga memposisikan adanya perbedaan dengan penelitian lain yang hanya meneliti keterkaitan satu atau beberapa variabel dengan variabel lainnya. Pada penelitian ini keterkaitan antara variabel kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, daya saing dan keberhasilan bisnis diteliti dalam satu model yang mana akan menjadi kebaruan dalam model penelitian ini.

Beberapa masalah yang dihadapi oleh industri pakaian jadi di Jawa Barat, didasarkan pada beberapa fenomena yang diuraikan sebelumnya, dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Terjadi penurunan jumlah unit usaha pakaian jadi dari tahun ke tahun yang menunjukkan keberhasilan bisnis yang belum optimal pada sektor ekonomi kreatif subsektor *fashion* di Indonesia pada umumnya. Pada tahun 2017 di Indonesia, tercatat sudah banyak *retail fashion* yang menutup gerainya (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2020).
2. Terjadi penurunan pada laju pertumbuhan PDB untuk industri tekstil dan pakaian barang jadi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri pakaian jadi belum optimal dalam mencapai keberhasilan bisnis yang diharapkan (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2019).
3. Penurunan jumlah ekspor pakaian jadi dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa sektor ini belum optimal dalam meningkatkan keberhasilan bisnisnya. Semua masalah tersebut terkait dengan beberapa faktor yang belum optimal dalam mempengaruhi peningkatan keberhasilan bisnis (Badan Pusat Statistik, 2020)
4. Berbagai masalah dalam upaya peningkatan keberhasilan bisnis industri pakaian jadi ini terkait dengan daya saing dalam proses produksi dan produk akhir pakaian jadi yang belum sejalan atau belum memadai dalam upaya meningkatkan keberhasilan industri pakaian jadi tersebut.
5. Masalah peningkatan keberhasilan bisnis juga terkait dengan tingkat kompetensi kewirausahaan para pengusaha, pengelola, atau pemilik bisnis

pakaian jadi yang belum optimal dari beberapa aspek kompetensinya, sehingga tingkat daya saing yang dicapai juga belum dapat mendorong adanya peningkatan dalam keberhasilan bisnis pakaian jadi.

6. Lingkungan bisnis, khususnya lingkungan bisnis eksternal, belum sepenuhnya dapat diantisipasi oleh para pelaku bisnis karena sifatnya yang *unpredictable* (tidak dapat diprediksi) sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam mencapai daya saing, ditambah dengan pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan ketidakpastian lingkungan bisnis menjadi lebih tinggi yang pada gilirannya menghambat peningkatan keberhasilan bisnis pakaian jadi secara keseluruhan. Perubahan dan dinamika lingkungan bisnis tersebut juga belum sepenuhnya dapat diatasi oleh kompetensi kewirausahaan para pelaku bisnis industri pakaian jadi.

Pada dasarnya, secara teoretis dan empiris ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis, yaitu daya saing, kompetensi kewirausahaan, dan lingkungan bisnis. Daya saing di sini juga dapat dipengaruhi oleh kompetensi kewirausahaan dan lingkungan bisnis, sehingga daya dapat dikatakan sebagai variabel mediasi.

Didasarkan pada latar belakang di atas, maka penting untuk dilakukan penelitian yang berjudul “*Model Peningkatan Keberhasilan Bisnis melalui Kompetensi Kewirausahaan dan Lingkungan Bisnis yang Dimediasi oleh Daya Saing pada Industri Pakaian Jadi di Jawa Barat*”.

1.2. Rumusan Masalah

Sebagai upaya untuk memahami sejauh mana keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh kompetensi kewirausahaan dan lingkungan bisnis melalui serta daya saing sebagai mediasi, masalah dalam penelitian dapat dirumuskan dengan urutan sebagai berikut

1. Bagaimana gambaran mengenai kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, daya saing, dan keberhasilan bisnis pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
2. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
3. Bagaimana pengaruh lingkungan bisnis terhadap daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
4. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan bisnis secara langsung dan melalui daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
5. Bagaimana pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan bisnis secara langsung dan melalui daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
6. Bagaimana pengaruh daya saing terhadap keberhasilan bisnis pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan analisis terkait:

1. Gambaran mengenai kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, daya saing, dan keberhasilan bisnis pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
2. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
3. Pengaruh lingkungan bisnis terhadap daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
4. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan bisnis secara langsung dan melalui daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
5. Pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan bisnis secara langsung dan melalui daya saing pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.
6. Pengaruh daya saing terhadap keberhasilan bisnis pada industri pakaian jadi di Jawa Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat atau kegunaan baik ditinjau dari sisi teoretis maupun dari sisi praktis.

1.4.1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan pengetahuan dan penelitian dalam disiplin ilmu Manajemen Kewirausahaan (*Entrepreneurship Management Science*), terutama berkenaan tentang aspek pengembangan konsep dan konstruk kewirausahaan bisnis dalam kaitannya dengan keberhasilan bisnis. Aspek lain yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk memverifikasi teori manajemen kewirausahaan yang saat ini sedang berkembang terhadap perkembangan empiris yang terjadi di lapangan operasional. Hasil penelitian ini, lebih lanjut diharapkan secara teoretis berguna, antara lain:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen, khususnya dalam pengelolaan perusahaan pada industri kreatif subsektor *fashion*. Utamanya adalah dalam upaya untuk meningkatkan keberhasilan bisnis.
- 2) Penelitian ini fokus pada keberhasilan bisnis yang dipengaruhi konstruk yang masih sedikit diungkapkan secara spesifik pada penelitian terdahulu, dimana merupakan *novelty* dalam penelitian ini.
- 3) Penelitian ini menghasilkan model baru tentang pengaruh kompetensi kewirausahaan dan lingkungan bisnis terhadap keberhasilan bisnis melalui daya saing, utamanya pada industri kreatif subsektor *fashion* di Indonesia.
- 4) Penelitian ini memberi pengetahuan baru tentang variabel-variabel spesifik yang mempengaruhi keberhasilan bisnis yang belum pernah diungkap dalam penelitian sebelumnya, yakni variabel kompetensi kewirausahaan, lingkungan bisnis, dan daya saing.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi berupa informasi, pengetahuan dan pemahaman bagi pihak-pihak yang terkait dengan bisnis industri kreatif subsektor *fashion*, yakni pemerintah Indonesia, investor, pelaku bisnis dan sumberdaya manusia yang terlibat, serta komunitas yang memiliki perhatian pada pertumbuhan industri kreatif subsektor *fashion* di Indonesia.

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam hal menetapkan kebijakan dan regulasi pada industri kreatif subsektor *fashion* di Indonesia, agar memberi manfaat yang optimal untuk semua pihak yang berkepentingan (*stake holder*)
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang ditopang oleh industri kreatif, khususnya subsektor *fashion*, yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan kemajuan perekonomian dan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi.
- 3) Hasil penelitian ini akan memberikan gambaran sejauhmana prospek pengembalian modal yang ditanamkan, dengan melihat tata kelola perusahaan yang dilakukan dibandingkan dengan *framework* berdasarkan kajian teoretis dan empiris pada penelitian ini.
- 4) Hasil penelitian yang disampaikan dapat dijadikan acuan dalam menjalankan bisnis dalam kondisi lingkungan yang ketidakpastiaannya tinggi.
- 5) Informasi ini dapat dijadikan referensi untuk melihat prospek bisnis yang dapat dikembangkan dengan adanya pola produksi yang baru, untuk meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan efektivitas seluruh sistem rantai nilainya.
- 6) Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan diskusi, kajian, dan pengembangan penelitian lebih lanjut.