

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah sektor bisnis yang terdiri dari usaha-usaha dengan skala kecil hingga menengah yang mempunyai peran dalam perekonomian daerah juga negara karena jumlah yang dimiliki sangat besar dan kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Peran ini yang mendorong Indonesia untuk terus mengembangkan UMKM. Pada era globalisasi yang maju saat ini dalam berbagai hal, seperti persaingan antar pengusaha dalam hal menjual produknya. Persaingan itu yang menyebabkan para pengusaha menyusun strategi atau cara dalam mencapai keinginan dan mengembangkan bisnis, sehingga para pengusaha dapat mencapainya. Persaingan usaha juga menjadi faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga operasional usaha.

Berkembangnya usaha dapat meningkatkan keuntungan penjualan, oleh sebab itu hanya pengusaha yang sungguh-sungguh kompeten yang dapat bersaing menguasai pasar dengan menciptakan produk yang berbeda, unik, dan inovatif. Salah satu usaha yang mempunyai peran dalam perekonomian dan sedang mengalami perkembangan saat ini adalah *fashion*. Industri *fashion* yang saat ini menguntungkan membuat banyaknya *brand* atau merek baru yang bermunculan, yang menyebabkan banyak anak muda dengan rentang usia 15-30 tertarik dengan

fashion. Dengan banyaknya *brand* yang bermunculan, fashion di Indonesia kala ini semakin kompetitif, tetapi masih mempunyai peluang pasar yang sangat besar.



Sumber: Jakpat survei 2023

Gambar 1.1
Grafik Produk Fashion Yang Paling Laris

Dalam survei Jakpat mengenai produk *fashion* yang paling sering dibeli yang dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juni 2023 dengan melibatkan 616 responden untuk menentukan produk paling laris di tahun 2023. Hasil survei mayoritas responden, memilih *casual clothes* menjadi produk yang terlaris dengan 90% responden membeli produk tersebut. Data ini memberikan pemahaman mengenai perkembangan fashion yang mengalami perubahan *trend* di setiap periode waktu. Dalam penelitian ini penulis melihat fenomena yang tertarik dengan *trend fashion*, yaitu melalui segmen usia rentang 15-30 tahun.

Di Kota berkembang seperti Kota Batam di provinsi Kepulauan Riau, tentu terdapat banyak toko yang menjual barang-barang *fashion* mulai dari yang berkualitas tinggi dengan merek ternama maupun merek lokal.

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Mikro Kota Batam

NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Batam Kota	130
2	Batu Aji	118
3	Sagulung	117
4	Sekupang	102
5	Sungai Beduk	61
6	Bengkong	54
7	Batu Ampar	27
8	Lubuk Baja	23
9	Nongsa	22
10	Bulang	7
11	Belakang Padang	5
12	Galang	1
	TOTAL	673

Sumber : Data Usaha Mikro Kota Batam 2022

Diketahui pada tabel diatas bahwa jumlah Usaha Mikro di Kota Batam pada tahun 2022 sebanyak 673. Salah satu tempat pelaku Usaha UMKM yang sedang dalam tahap pengembangan adalah Lubuk Baja/Nagoya berjumlah 23 pelaku Usaha. Kota Batam memiliki beberapa tempat yang menjual barang-barang *fashion*, yang terletak di berbagai mall seperti Nagoya Hill, Grand Batam Mall, Diamond City, Panbil Mall, Mega Mall serta masih banyak tempat lainnya

seperti Plaza dan pertokoan yang ada di pinggir jalan maupun pasar tradisional. Pedagang juga menggunakan peluang untuk mengembangkan usaha dan memudahkan hidup masyarakat yang ingin tampil modis dan *fashionable*. Nagoya merupakan wilayah yang dipenuhi dengan rumah toko, mall, hotel, spa, dan jasa pariwisata. Dimana letaknya yang dekat dengan pelabuhan Internasional yang membuat kawasan ini ramai dikunjungi wisatawan, sehingga kawasan ini disebut sebagai perekonomian Kota Batam, yang menjadi pusat perdagangan, perkantoran, bisnis serta hiburan.

Dengan berkembangnya dunia *fashion* di Indonesia, lahirlah fenomena *trend fashion* dimana suatu produk *fashion* yang saat ini menjadi *trend* dan di lain kesempatan *trend* yang lama bisa menjadi *trend* kembali. *Fashion* sendiri terdiri dari pakaian, sepatu, tas, aksesoris yang mana termasuk kebutuhan setiap orang. Tetapi ada beberapa dari masyarakat yang membeli produk hanya sebatas ingin memiliki, mengikuti artis idola bahkan meniru teman. Pada era digital yang saat ini berkembang, bisnis digital menjadi populer. Bisnis digital adalah bisnis yang memakai teknologi digital sebagai alat untuk menjalankan bisnis. Bisnis digital biasa dikenal dengan bisnis *online*, yang dimana kegiatan usaha dilakukan melalui internet baik produk maupun jasa. Mulai dari bergabung, negoisasi, sampai terjadinya transaksi dilakukan secara *online*. Banyak usaha *online* yang sekarang semakin dikenal masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Gojek, Traveloka, Blibli dan masih banyak bisnis lainnya.

Dalam memulai sebuah usaha diperlukan kemampuan berwirausaha atau *entrepreneurship*. Begitu juga dengan mereka yang memulai usaha yang butuh

kemampuan berwirausaha. Vernia (2018) menyatakan bahwa wirausaha adalah seorang individu yang mampu mendirikan, menjalankan dan mengorganisasikan suatu usaha atau bisnis yang dimilikinya. Saat memulai bisnis seorang wirausaha membutuhkan waktu, kerja keras, kesabaran, maupun ketekunan supaya berhasil memajukan usahanya, tetapi ada juga wirausaha yang menghadapi tuntutan dalam hal waktu dan juga tenaga. (Safitri & Khasan Setiaji, 2018) mengatakan bahwa biasanya para wirausaha cenderung punya kesamaan seperti mereka memiliki tenaga, cita-cita, keinginan untuk mengambil tanggung jawab, serta keinginan untuk selalu ikut bagian dari sesuatu hal yang inovatif dalam mengembangkan usahanya.

Berikut beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, (Indarto & Santoso, 2020) hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha. Hasil penelitian (Viantika et al., 2021) menunjukkan bahwa *E-business* berperan penting dalam perkembangan keberhasilan perusahaan. Hasil penelitian (Azizah et al., 2023) fenomena *trend Korea Fashion* dalam mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut diketahui telah terjadi berbagai hasil dengan berbagai variabel dan dengan adanya kesenjangan dalam penelitian ini maka peneliti melakukan penelitian dengan variabel yang baru yaitu *E-business* dan *Trend Fashion* terhadap perkembangan usaha toko *fashion*. Sehingga dalam penelitian ini nantinya akan mengembangkan dari hasil penelitian terdahulu dengan harapan hasil penelitian sebelumnya dapat memperkuat teori yang sudah

ada pada masa kini. Berdasarkan latar belakang pembahasan diatas penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Karakteristik Wirausaha, *Trend Fashion* dan Strategi *E-business* Terhadap Perkembangan Usaha Pada Toko Fashion Di Kawasan Nagoya Batam”

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi dilakukan sesuai latar belakang kajian untuk melihat fenomena yang terjadi. Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat fenomena berikut :

1. Keorisinalitasan dalam berwirausaha oleh pedagang pada toko *fashion* di kawasan Nagoya Batam yang dinilai kurang kreatif.
2. Pedagang toko *fashion* di Kawasan Nagoya yang dinilai takut menjual produk yang berbeda dengan produk lain.
3. Pedagang toko *fashion* yang ada di Kawasan Nagoya menggunakan *E-Business* dengan pengetahuan berbasis data yang rendah.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam kajian yang diteliti, maka ditemukan perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam
2. Apakah *trend fashion* berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam
3. Apakah strategi *e-business* berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam?

4. Apakah Karakteristik Wirausaha, *Trend Fashion*, dan Strategi *E-Business* berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam?

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera, maka penulis hanya menetapkan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Karakteristik wirausaha dibatasi pada keorisinalitas produk yang dijual oleh pedagang toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam.
2. *Trend fashion* yang berorientasi pada anak muda dengan rentang usia 15-30 yang peduli dengan perkembangan *fashion*.
3. Pada strategi *E-business* yang diteliti adalah pedagang yang menggunakan *E-Business* dalam perkembangan usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam
4. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, *Trend Fashion*, dan Strategi *E-Business* terhadap Perkembangan Usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertulis diatas, maka terdapat tujuan penelitian yang harus dicapai. Tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *trend fashion* terhadap perkembangan usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh strategi *e-business* terhadap perkembangan usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, *trend fashion* dan strategi *e-business* terhadap perkembangan usaha toko *fashion* di Kawasan Nagoya Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini memberitahu kegunaan yang bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan agar apa yang diajarkan selama perkuliahan khususnya penelitian tentang studi manajemen dapat dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usahanya.

3. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi bagi pihak-pihak yang ingin mendalami topik yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Prodi

Diharapkan sebagai referensi untuk dibaca dan sebagai bahan acuan untuk mahasiswa/i jurusan manajemen di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan guna memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah bagi para pembaca, maka materi-materi yang tercantum dalam skripsi ini dapat dikelompokkan ke dalam sub bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab dua yang menjelaskan tentang teori ilmiah pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di penelitian ini, dilanjutkan dengan pembahasan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menguraikan variabel-variabel penelitian serta definisi operasional, prosedur pengumpulan data, jenis

dan sumber data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan data penelitian, hasil penelitian, serta pembahasan hasil penelitian data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari analisis bab-bab sebelumnya.

