

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Objek Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pendorong terhadap potensi ekonomi Indonesia. Pada saat ini jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Bandung selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya menurut Dinas Koperasi dan Usaha Kecil yang diolah dari Open Data Jabar sebagai berikut.

Tabel 1. 1
Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Bandung Tahun 2017-2021

TAHUN	KLASIFIKASI USAHA			TOTAL
	USAHA MIKRO	USAHA KECIL	USAHA MENENGAH	
2016	4862	376	12	5250
2017	98	5	0	103
2018	472	16	0	488
2019	368	34	2	404
2020	126	6	0	132
2021	26	2	0	28
TOTAL	5952	439	14	6405

Sumber: (DISKOPUKM, 2022).

Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada kota Bandung mengalami kenaikan pada tahun 2016-2018 namun, pada tahun 2017-2021 UMKM kota Bandung mengalami penurunan yang signifikan. Berikut data UMKM di Kota Bandung sampai dengan tahun 2021 berdasarkan perkecamatan dan jenis usaha, dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1. 2
Data Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung berdasarkan Kecamatan

NO	KECAMATAN	TOTAL	TOTAL TENAGA KERJA	JENIS USAHA				
				KULINER	FASHION	HANDI CRAFT	JASA	PERDAGANGAN
1	Andir	203	662	63	27	13	18	70
2	Antapani	200	581	82	41	11	24	29

Bersambung

Sambungan

3	Arcamanik	234	547	109	25	13	29	33
4	Astana Anyar	199	588	76	29	14	27	38
5	Babakan Ciparay	162	288	64	21	8	10	48
6	Bandung Kidul	162	646	51	26	5	22	41
7	Bandung Kulon	168	307	53	27	8	10	48
8	Bandung Wetan	176	461	61	15	30	12	42
9	Batununggal	238	858	86	44	14	22	16
10	Bojongloa Kaler	217	517	82	38	16	13	58
11	Bojongloa Kidul	204	744	43	40	17	35	53
12	Buahbatu	327	1224	157	51	21	35	28
13	Cibeunying Kaler	240	752	80	50	21	23	18
14	Cibeunying Kidul	228	509	87	32	24	34	21
15	Cibiru	201	519	69	29	17	32	34
16	Cicendo	202	531	85	31	21	37	15
17	Cidadap	132	282	56	14	8	29	18
18	Cinambo	80	154	22	14	2	7	29
19	Cobleng	261	657	94	37	34	26	51
20	Gedebage	128	306	48	18	7	16	30
21	Kiaracandong	260	886	76	50	9	57	39
22	Lengkong	244	666	87	53	21	34	35
23	Mandalajati	142	515	55	13	6	26	19
24	Panyileukan	119	324	39	17	11	27	20
25	Pancasari	274	772	116	33	13	32	44
26	Regol	236	563	102	41	10	29	42
27	Sukajadi	219	447	85	26	36	21	38
28	Sukasari	197	524	85	23	24	26	25
29	Sumur Bandung	181	420	57	27	10	15	45

Bersambung

Sambungan

30	Ujungberung	206	461	76	26	12	25	33
	TOTAL	6.040	16.711	2.246	918	456	753	1.060

Sumber: (DISKOPUKM, 2022)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas yang di peroleh dari data sirkuit Bandung, memperlihatkan bahwa jumlah unit UMKM dari 30 Kecamatan Kota Bandung berjumlah 6.040 dengan total tenaga kerja berjumlah 16.711 jiwa. Data diatas juga menunjukkan dari beberapa sektor industri yang diambil yaitu kuliner, fashion, handicraft, jasa, perdagangan. Sedangkan jika diurutkan sektor industri yang terbanyak jumlah usahanya berada pada sektor industri kuliner, fashion, jasa dan handicraft. Penelitian ini mengambil populasi wirausaha wanita dari sektor industri fashion sejumlah 491 wirausaha.

1.2 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan terhadap pembangunan perekonomian nasional. UMKM merupakan penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) dikarenakan sebagian besar lapangan pekerjaan yang tersedia berasal dari UMKM. Secara langsung dan tidak langsung perilaku wirausaha mempengaruhi terhadap UKM (Branicki *et al.*, 2018). Kemampuan wirausaha wanita dalam meningkatkan roda perekonomian mempunyai peran signifikan dalam mengembangkan pemberdayaan, Peluang berwirausaha dan meningkatkan kesejahteraan bagi dirinya, keluarga, dan masyarakat (Anggadwita *et al.*, 2021).

Namun ketika pandemi COVID-19 melanda di berbagai negara di dunia. Seluruh masyarakat indonesia, sektor industri dan hampir seluruh masyarakat mengalami dampak krisis yang signifikan terhadap perekonomian. Dengan adanya upaya dari pemerintah dalam pencegahan COVID-19 salah satu diantaranya yaitu masyarakat diwajibkan untuk melakukan WFH (*Work From Home*) dan SFH (*school From Home*). Hal tersebut menyebabkan aktivitas dan mobilitas keseharian masyarakat dan para pelaku UMKM harus terbatas hingga banyak wirausaha yang menutup usaha-usahanya bahkan tutup secara permanen. Wirausaha wanita dianggap sebagai pihak yang kuat bertahan di saat krisis dan dapat berimprovisasi untuk melanjutkan usahanya (Gainau & Rawu, 2021).

Kondisi UMKM sebelum adanya COVID-19 berada di fase cukup baik oleh hampir seluruh mayoritas wirausaha. Namun, saat terjadi COVID-19 keadaan terbalik. Bahwasannya 56,8% UMKM berada dalam kondisi tidak baik, hanya 14,1% UMKM yang masih dalam kondisi baik. UMKM mencoba dalam usahanya secara offline, online, atau kombinasi keduanya.

Pada tahun 2018 hingga 2019 jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah yang diolah dari data badan pusat Statistik (BPS) dibawah ini.

Tabel 1. 3
Data Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan Usaha Besar di Indonesia Tahun 2018-2019

No	UNIT USAHA	TAHUN 2018		TAHUN 2019		PERKEMBANGAN TAHUN 2018-2019	
		JUMLAH	PANGSA	JUMLAH	PANGSA	JUMLAH	%
A. UMKM							
1	MIKRO	63.350.222	98,68	64.601.352	98,67	1.251.130	1,97
2	KECIL	783.132	1,22	798.679	1,22	15.547	1,99
3	MENENGAH	60.702	0,09	65.465	0,10	4.763	7,85
TOTAL		64.194.057	99,99	65.465.497	99,99	1.271.440	1,98
B. Usaha Besar (UB)		5.550	0,01	5.637	0,01	87	1,58

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM yang diolah dari data Badan Pusat Statistik (BPS), 2019

Berdasarkan pada tabel 1.3 diatas yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019, memperlihatkan bahwa perkembangan jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan. Namun saat adanya pandemi jumlah UMKM di Indonesia mengalami penurunan dikarenakan mayoritas UMKM sebesar 82,9% merasakan dampak negatif dari pandemi dan sebesar 5,9 % yang mengalami pertumbuhan positif (Katadata.co.id, 2020). 62,6% UMKM yakin dapat bertahan lebih dari 1 tahun melewati krisis akibat pandemi ini. Terlebih lagi, 68% pelaku usaha optimis terhadap kondisi usaha mereka jika *New Normal* diterapkan. (Katadata.co.id, 2020)

Dari banyaknya jumlah UMKM yang didirikan, bahwasannya lebih dari 60% usaha yang dijalankan tersebut didirikan oleh wanita (KemenkoPMK, 2020).

Berdasarkan hasil riset *Global Entrepreneurship Monitor*, jumlah *womenpreneur* di Indonesia mencapai 14% dari total penduduk dan kontribusi yang diberikan wirausaha wanita terhadap PDB sebesar 9,1% dan 5% terhadap ekspor. Perempuan saat ini menjadi pemegang peranan strategis dalam ruang lingkup kewirausahaan Indonesia (Himawan, 2017).

Menurut Bintang selaku menteri Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak menyatakan bahwa ada beberapa strategi penting yang harus dilakukan oleh wirausaha wanita yaitu menjadi wirausaha wanita yang peduli terhadap teknologi, memperkuat jejaring dan melakukan inovasi, tidak hanya dengan mengembangkan produk namun juga mengembangkan jejaring, serta memiliki literasi keuangan yang kuat dan memiliki akses terhadap modal usaha, seperti bergabung dalam organisasi dan koperasi (KemenPPPA, 2021). Namun menurut selaku Deputy Bidang Koordinasi Perlindungan dan Anak Kemenko PMK Ghafur menyatakan bahwa kontribusi yang diberikan oleh perempuan pelaku UMKM mempunyai kendala dengan capaiannya dikarenakan belum memiliki kemampuan digitalisasi agar dapat terus mengembangkan usahanya (KemenkoPMK, 2020).

Saat pandemi COVID-19, Sebanyak 61,2 persen pelaku UMKM dinyatakan terkena dampak negatif saat pandemi bahkan 32,2 persen merasakan dampak signifikan (KemenkoPMK, 2020). Dengan dampak yang dirasakan pada UMKM membuat para pelaku usaha harus beradaptasi dengan keadaan. Menurut Deputy Bidang Koordinasi Perlindungan dan Anak Kemenko PMK, Ghafur menyatakan bahwa digitalisasi menjadi kunci utama dalam solusi permasalahan dan kebutuhan UMKM akibat dampak COVID-19 (KemenkoPMK, 2020). Namun, akses internet dan indeks kesiapan digital pelaku usaha tersebut menunjukkan bahwa UMKM tersebut belum sepenuhnya siap untuk beralih ke media digital. (Katadata.co.id, 2020).

Bahwasannya ada beberapa faktor wirausaha saat ini masih tetap bertahan dalam kondisi saat COVID-19. Hal tersebut adanya bantuan penguat dari modal sosial yang terdapat tiga kategori didalamnya, yaitu adanya motivasi untuk saling membantu (*reciprocity*), percaya (*trust*), dan kekompakan (*cohesiveness*) hal

tersebut mampu mendorong kinerja usaha (Gainau & Rawu, 2021). Hal yang harus ditanamkan oleh para wirausaha untuk dapat bertahan yaitu menanamkan mindset atau pola pikir yang positif untuk selalu sukses (Awaludin, 2021).

Di Indonesia sektor industri mulai berkembang berkat kreativitas, pemanfaatan teknologi, inovasi, dan sumber daya manusia. Perubahan tersebut meliputi aspek kehidupan manusia seperti pada bidang ekonomi, sosial, budaya, teknologi, fashion, dan lain-lain (Karja, 2019). Perubahan tersebut muncul disebabkan oleh kebutuhan manusia yang harus dipenuhi semakin meningkat dan tak pernah usai, salah satunya fashion yang merupakan cara untuk mengekspresikan seseorang dengan gaya berpakaianya.

Fashion adalah bentuk ekspresi diri yang memungkinkan setiap orang untuk mencoba hal yang berbeda. Fashion dapat menjadi penghubung antar budaya yang memiliki kesamaan. Hal ini menjadikan fashion sebagai tolak ukur perubahan sosial (Tyaswara et al., 2017). Tidak hanya pakaian, tetapi juga tas, sepatu, aksesoris, topi, gelang kalung, dan lain-lain masuk dalam kategori produk fashion (Sucidha, 2019).

Fashion mengalami perkembangan dengan berbagai trend yang baru disetiap tahunnya dengan kecanggihan teknologi pada era digital saat ini (Blitar, 2022). Dengan perkembangan fashion berdampak pada negara, salah satunya indonesia. Fashion menjadi sektor dari ekonomi kreatif yang menyumbang PDB terbesar yang menepati urutan kedua. Terdapat 3 subsektor dari 16 sub sektor yang menjadi penyumbang PDB ekonomi kreatif terbesar yaitu kulliner 41,5%, fashion 17,7%, dan kriya 15% (Kemenparekraf, 2022). Didukung oleh data yang menunjukkan bahwa fashion termasuk ke dalam 3 besar subsektor ekonomi kreatif dengan jumlah usaha terbanyak yang dapat dilihat pada tabel berikut 1.4 dibawah ini.

Tabel 1. 4
Jumlah Usaha/perusahaan Ekonomi Kreatif menurut Subsektor Ekraf tahun 2016

No	SUBSEKTOR	JUMLAH
1	Arsitektur	5.740
2	Desain interior	798
3	Desai komunikasi visual	616
4	Desain produk	3.367

Bersambung

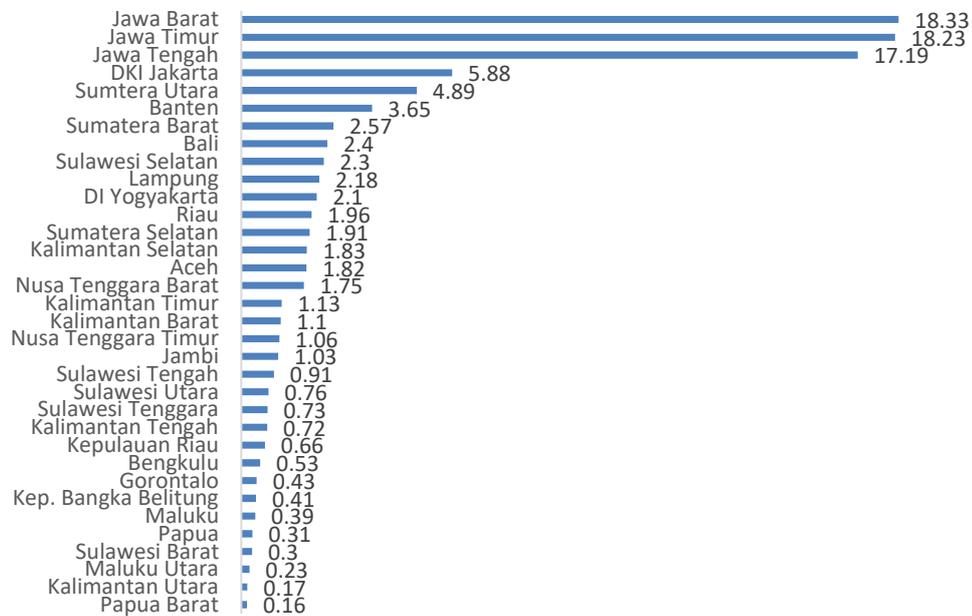
Sambungan

5	Film, animasi, dan vidio	2.418
6	Fotografi	40.436
7	Kriya	1.194.509
8	Kuliner	5.550.960
9	Musik	34.242
10	Fashion	1.230.988
11	Aplikasi dan game developer	12.441
12	Penerbitan	83.496
13	Periklanan	3.055
14	Televisi dan radio	3.944
15	Seni pertunjukan	19.772
16	Seni rupa	17.044
Jumlah ekonomi kreatif		8.203.826

Sumber: (BEKRAF, 2016)

Berdasarkan pada tabel 1.4 diatas dapat disimpulkan bahwa tiga sektor industri dengan jumlah usaha terbanyak diantaranya kuliner, fashion, dan kriya. Kuliner dengan jumlah 5.550.960 usaha/perusahaan, Fashion jumlah sebanyak 1.230.988 usaha/perusahaan dan Kriya dengan jumlah 1.194.509 usaha/perusahaan. Dari sektor ekonomi kreatif juga menunjukan data bahwa Wirausaha terbanyak terdapat pada wirausaha wanita dengan jumlah perbandingan 54,96% dijalankan oleh wanita dan 45,04% dijalankan oleh pengusaha laki-laki. Wirausaha wanita didominasi pada sektor industri kuliner dan fashion (BEKRAF, 2016).

Perkembangan industri fashion juga dikenal di salah satu kota di Indonesia yaitu Kota Bandung yang disebut sebagai pelopor dalam industri feshion (BEKRAF, 2018). Begitupun didukung oleh data yang menunjukan Bandung menjadi Kota yang berada disalah satu provinsi di Jawa Barat. Jawa Barat masuk dalam kontribusi peringkat ke tiga penyumbang PDB nasional terbesar pada triwulan II 2021 (Mediaindonesia, 2021). Bahwasannya sebaran usaha pada industri kreatif paling banyak diduduki oleh Provinsi Jawa Barat, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. 1 Persentase Sebaran Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif
sumber: (BEKRAF, 2016)

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa Jawa Barat menjadi sebaran usaha Ekonomi Kreatif terbanyak dengan jumlah 18,33% (BEKRAF, 2016). Dengan salah satunya Subsektor Fashion masuk kedalam sektor ekonomi kreatif tersebut dan bandung menjadi salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat, data tersebut dapat dikaitkan dengan temuan, bahwa Jawa barat menjadi penyumbang PDB nasional terbesar. Selain itu beberapa hal kontribusi yang dilakukan oleh wirausaha wanita terhadap fashion dikota bandung yaitu dengan menciptakan trend fashion yang berdampak pada pemulihan kinerja usaha UMKM kota bandung dimasa *new normal* (DISKOPUKM, 2022). Perkembangan usaha yang telah dicapai berdampak dari kemajuan teknologi akan memberikan peluang bagi usaha baru, dengan kunci utama yaitu eksplorasi dan kreatifitas (Zaini, 2020).

Hal yang sama berlaku untuk kemajuan teknologi yang berperan dalam keberlanjutan ekonomi. Semua pelaku industri kreatif dituntut untuk kreatif, inovatif dan dapat memanfaatkan kemampuan teknologi agar dapat memenuhi

kebutuhan masyarakat global. Salah satu kunci UMKM untuk memiliki perkembangan di Indonesia dalam menghadapi ekonomi global (Zaini, 2020). Dalam laporan kinerja Badan Ekonomi Kreatif menuliskan bahwa pada saat peresmian perpres badan ekonomi kreatif pada tanggal 4 agustus 2015, Presiden Jokowi menyampaikan bahwasannya industri kreatif dipandang sebagai sektor ekonomi baru yang dapat memberikan kontribusi signifikan dan harus menjadi tulang punggung perekonomian indonesia di masa depan. Maka, industri kreatif berperan penting dalam perekonomian nasional dan regional karena dapat meningkatkan perekonomian global (Bekraf, 2020). Salah satunya pada kota bandung yang menjadi pelopor industri fashion di Indonesia, dimana hal tersebut didukung oleh kekuatan utama industri kreatif dengan desain, keragaman bahan baku, merek, dan keunikan produk.

Pengusaha perempuan memiliki kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi dengan cara mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi diri sendiri dan orang lain, berkontribusi dalam memberikan inovasi solusi bagi manajemen, organisasi, dan organisasi dan masalah bisnis dan kendala serta eksploitasi peluang bisnis (Anggadwita & Dhewanto, 2015). Menteri koperasi dan UKM mengatakan bahwa pengusaha perempuan dan perannya sangat berkontribusi sebagai pahlawan ekonomi khususnya di sektor koperasi dan UKM dan memiliki perkembangan dalam ekonomi syariah sangat pesat. Diantara industri pariwisata yang dijalankan, fashion muslim masuk pada peringkat ke 3 (tiga) (liputan6.com, 2020). Banyak desainer asal Kota Bandung berkontribusi untuk memajukan Indonesia di bidang fashion. Walikota Bandung Ridwan Kamil mengatakan Bandung menjadi kota pusat fashion muslim dunia dari tahun 2013-2018. Omset yang diperoleh Subsektor fashion pertahun mencapai 3-5 Triliyun (BEKRAF, 2018).

Industri fashion sempat mengalami penurunan yang signifikan akibat dampak COVID-19. Namun, menurut Pimpinan Redaksi HerStory Clara Aprilia, Industri fashion mulai mengalami kenaikan pada masa pandemi dengan cara beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang mempunyai kebutuhan yang berbeda dengan dibantu adanya digitalisasi yang mampu membantu industri fashion mulai mengalami peningkatan dalam krisis ekonominya (Yovanda, 2021).

Dengan begitu, para pelaku UMKM pada sektor ekonomi kreatif dapat membuat produknya lebih mampu berdaya saing kembali di pasar domestik maupun internasional dengan adanya potensi kreativitas dan inovasi pada setiap usahanya (BEKRAF, 2016). Maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas yang dilakukan untuk dapat berinovasi merupakan salah satu kunci agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang dan adanya kemampuan teknologi yang berkembang mampu membantu mempertahankan dalam menghadapi perkembangan dan rintangan yang akan datang.

UMKM yang terdampak COVID-19 dapat mempertahankan wirausahanya dengan menerapkan pemberdayaan digital marketing, yaitu Strategi wirausaha diimplementasikan melalui media digital (Muzdalifah *et al.*, 2020). Kemampuan mengantisipasi perkembangan dan merespon secara kreatif tantangan baru, serta kemampuan untuk berinovasi sangat penting bagi wirausaha untuk berkembang. Inovasi merupakan peran penting yang harus dimiliki oleh wirausaha dalam menjalankan suatu usahanya untuk dapat bersaing dengan kompetitor pasar dan siap mengalami transformasi yang ada seperti teknologi yang semakin canggih. Dengan adanya inovasi wirausaha dapat menciptakan peluang baru yang sebelumnya tidak ada akan menjadi suatu yang baru, hal tersebut merupakan faktor pendukung keberlangsungan suatu usaha agar dapat mempertahankan usahanya. Menghadapi persaingan di pasar Global, para UMKM harus dapat bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas, dan imajinasi tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja (Murtini *et al.*, 2021).

Dengan adanya inovasi perusahaan berdampak pada perubahan pasar yang berubah-ubah dan untuk menciptakan atau mempertahankan daya saingnya (Anggadwita & Dhewanto, 2015). Menurut (Murtini *et al.*, 2021) Pengembangan inovasi yang baik para pelaku Wirausaha di paksa membangun jaringan kolaborasi yang baik dengan sumber daya yang memadai, baik dalam bidang sumber daya manusia, keuangan maupun teknologi. Kemampuan teknologi sangat berpengaruh dalam daya saing serta ketahanan Wirausaha. Namun pada kenyataannya bahwa 3,5 juta dari 4.496.484 UMKM di provinsi Jawa Barat belum melek terhadap teknologi digital (Jabarprov, 2021).

Menurut Lv *et al.*, (2018) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa ketahanan adalah cara berpikiri yang berlaku dibidang studi keberlanjutan, dan kontribusi utama ketahanan terhadap keberlanjutan. Bahwa stabilitas dan kemampuan beradaptasi merupakan kunci dalam ketahanan suatu bisnis atau organisasi. Ketahanan kewirausahaan datang dimulai dari interaksi yang kompleks dari ketahanan tingkat organisasi maupun individu (Purnomo *et al.*, 2021).

Penelitiannya yang dilakukan oleh Abdelouahab (2016) menyatakan inovasi dan kemampuan teknologi merupakan investasi terbaik untuk perusahaan. Selain itu, teknologi juga memberikan dampak positif bagi inovasi (Lau *et al.*, 2010). Kajian yang dilakukan menyebutkan bahwa UMKM yang melakukan kegiatan wirausaha dengan bantuan teknologi (*online*) memiliki pendapatan 6% lebih besar dari pelanggan internasional, dibandingkan UMKM *offline* (Awaludin, 2015:22).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Branicki *et al.*, (2018) menyatakan bahwa psikologi positif menciptakan peluang sebagai penciptaan ketahanan individu yang diutukan untuk pengusaha maupun UKM. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Yao *et al.*, (2021) mengatakan bahwa pengalaman kegagalan wirausaha merupakan sumber pengetahuan yang sangat berharga bagi perusahaan, hal tersebut sangat penting bagi wirausahawan.

1.3 Perumusan Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan terhadap pembangunan perekonomian nasional. UMKM merupakan penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) dikarenakan sebagian besar lapangan pekerjaan yang tersedia berasal dari UMKM. Begitupun sama dengan wirausaha merupakan salah satu pendukung yang memiliki dampak positif dalam perekonomian. Kemampuan wirausaha wanita dalam meningkatkan roda perekonomian mempunyai peran signifikan juga dalam mengembangkan pemberdayaan Peluang berwirausaha dan meningkatkan kesejahteraan bagi dirinya, keluarga, dan masyarakat (Anggadwita *et al.*, 2021). Adanya permasalahan yang datang sebab bencana alam, wabah penyakit seperti pandemi COVID-19 menimbulkan banyak sekali permasalahan pada para pelaku usaha dari semua

sektor dan jenis usaha, maka dari itu perlunya kemampuan wirausaha untuk mempertahankan usahanya. Salah satunya, dalam menjalankan bisnis perlu dilakukannya pengukuran yang tepat untuk mengambil suatu keputusan.

Kemampuan mengantisipasi perkembangan dan merespon secara kreatif tantangan baru, serta kemampuan untuk berinovasi sangat penting bagi wirausaha untuk berkembang. Menghadapi persaingan di pasar Global, para UMKM harus dapat bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas, dan imajinasi tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja (Murtini *et al.*, 2021). Abdelouahab (2016) menyatakan inovasi dan kemampuan teknologi merupakan investasi terbaik untuk perusahaan. Selain itu, teknologi juga memberikan dampak positif bagi inovasi (Lau *et al.*, 2010). Menurut Pimpinan Redaksi HerStory Clara Aprilia, Industri fashion mulai mengalami kenaikan pada masa pandemi dengan cara beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang mempunyai kebutuhan yang berbeda dengan dibantu adanya digitalisasi yang mampu membantu industri fashion mulai mengalami peningkatan dalam krisis ekonominya (Yovanda, 2021). Namun pada kenyataannya bahwa 3,5 juta dari 4.496.484 UMKM di provinsi jawa barat belum melek terhadap teknologi digital (Jabarprov, 2021).

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Seberapa besar nilai variabel kemampuan teknologi, inovasi *ambidexterity* dan ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion?
2. Seberapa besar kemampuan teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung?
3. Seberapa besar kemampuan teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi *ambidexterity* wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung?
4. Seberapa besar Inovasi *ambidexterity* berpengaruh secara signifikan terhadap ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung?

5. Seberapa besar inovasi *ambidexterity* sebagai mediator berpengaruh secara signifikan antara kemampuan teknologi dan ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui nilai bagaimana kemampuan Teknologi, inovasi *ambidexterity* dan ketahanan wirausaha yang dimiliki oleh wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung.
2. Mengetahui pengaruh kemampuan teknologi terhadap ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung.
3. Mengetahui pengaruh kemampuan teknologi terhadap inovasi *ambidexterity* wanita pada industri fashion di Kota Bandung.
4. Mengetahui pengaruh *ambidexterity* terhadap ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung.
5. Mengetahui pengaruh inovasi *ambidexterity* sebagai mediator terhadap kemampuan teknologi dan ketahanan wirausaha wanita pada industri fashion di Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai ilmu pengetahuan ketahanan wirausaha wanita dan menambah referensi yang akan digunakan sebagai rekomendasi bagi peneliti yang meneliti dengan topik serupa dimasa yang akan datang.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi dan bantuan pada wirausaha pada industri fashion untuk dapat mempertahankan usahanya dengan meningkatkan kemampuan teknologi dan inovasi *ambidexterity*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.