

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian skripsi ini meliputi pengusaha yang beroperasi dalam industri kulit, khususnya di daerah Sukaregang, Garut.



Gambar 1. 1 Daerah Sentra Industri Kulit Sukaregang, Garut

Sumber: Info Garut (2022)

Sukaregang adalah pusat industri kerajinan kulit di Kota Garut yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.328, Kota Wetan, Garut Kota, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Saat ini, pengrajin jaket kulit sebagian besar berada di pusat industri kulit Sukaregang, khususnya di kecamatan Garut Kota dan desa-desa di sekitarnya yang tidak jauh dari pusat kota.

Di dalam industri ini, terdapat dua segmen utama yang pertama yaitu penyamakan kulit yang bertanggung jawab mengolah bahan kulit mentah hingga menjadi bahan kulit jadi per lembar yang biasa dijual per *sqft*, lalu yang kedua yaitu para pengusaha toko kulit yang menggunakan bahan jadi tersebut untuk memproduksi berbagai produk yang berasal dari kulit, seperti tas, dompet, jaket, sarung tangan, dan lain sebagainya. Pengusaha industri kulit sukaregang garut menjadi objek penelitian.

Berikut beberapa logo dari penyamakan kulit di Sukaregang, Garut:



Gambar 1. 2 Logo Perusahaan

Sumber: Data internal toko kulit (2023)

Berikut merupakan beberapa toko kulit di Sukaregang Garut Toko Cikal dan Toko Wiguna Leather:



Gambar 1. 3 Cikal dan Wiguna Leather

Sumber: Data internal toko kulit (2023)

Penyamakan kulit dan juga toko pengusaha kulit terlibat pada sektor bisnis yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian di Garut. Penyamakan kulit, yang terlibat dalam produksi produk kulit, menjadi pilihan yang tepat karena memiliki potensi untuk menjadi penggerak utama dalam memajukan ekonomi kreatif di wilayah Garut. Keberhasilan usaha ini dapat memberikan kontribusi positif tidak hanya pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga pada masyarakat Garut secara keseluruhan.

Melalui fokus pada industri kulit di Sukaregang, Garut penelitian ini berupaya memberikan rekomendasi yang konkret dan dapat diimplementasikan untuk

meningkatkan kinerja usaha dalam rangka memajukan ekonomi kreatif di Garut. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dipilihlah Pengusaha di Industri Kulit Sukaregang, Garut sebagai objek penelitian.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan sejarah kulit telah digunakan selama ribuan tahun sebagai bahan pelindung dan berguna. Manusia sering kali memanfaatkan sebanyak mungkin bagian hewan untuk bertahan hidup dan mengembangkan alat agar kehidupan lebih mudah dan lebih baik. Alas kaki kulit, misalnya, memudahkan berjalan dan menjelajah. Selanjutnya, seiring berjalannya waktu, kulit akan menjadi bahan pokok kehidupan setiap orang, seperti sepatu kulit, sarung tangan, jaket, tas, dan aksesoris yang diproduksi secara massal kini tersedia secara luas. Kerajinan kulit sekarang menjadi industri yang berkembang pesat di dunia (Concord, 2023).

Ada 3 negara penghasil kulit kualitas terbaik di dunia pada Tahun 2021 yaitu Negara Swiss dengan ekspor rata-rata untuk olahan kulit hewan untuk digunakan manusia sebesar \$8,60 Miliar, Swiss adalah salah satu produsen dan eksportir kulit yang terkemuka. Swiss mengekspor kulit senilai \$8,3 miliar. Swiss menjadi negara peringkat ketiga sebagai penghasil kulit kualitas terbaik di dunia. Selanjutnya, Cina dengan ekspor rata-rata untuk olahan kulit hewan untuk digunakan manusia sebesar \$10,93 Miliar, Tiongkok menjadi salah satu negara di dunia yang mempunyai perekonomian terbesar dan negara ini menghasilkan sebagian besar pendapatannya dari ekspor. Ekspor olahan kulit hewan untuk digunakan manusia di negara Tiongkok mencapai \$14,2 miliar dan masuk dalam daftar negara penghasil kulit kualitas terbaik di dunia dan yang pertama yaitu Negara Amerika Serikat dengan ekspor rata-rata untuk olahan kulit hewan untuk digunakan manusia sebesar \$17 Miliar, Amerika Serikat memiliki ekspor kulit tertinggi di dunia. Negara ini memiliki ekspor olahan kulit hewan untuk digunakan manusia senilai \$20 miliar. Amerika Serikat menduduki peringkat teratas dalam daftar negara-negara penghasil kulit kualitas terbaik di dunia (Hassan, 2023).

Negara Indonesia mempunyai rantai pasokan global untuk bahan mentah, dan sejumlah besar konsumen internasional yang tertarik untuk membeli dan menggunakan barang-barang berbahan kulit. Pertumbuhan produksi barang kulit di Indonesia ini memberikan bukti bahwa industri ini mempunyai potensi besar yang dapat berkembang. Adapun beberapa faktor yang mendukung hal ini, seperti Indonesia yang menjadi salah satu produsen kulit terbesar di dunia, Industri barang kulit di Indonesia didukung oleh tenaga kerja yang berpengalaman dan terampil, Indonesia memiliki pasar yang sangat luas, baik di domestik maupun internasional terutama di industri penyamakan kulit.

Terdapat peningkatan sebesar 13,12% (tahun ke tahun/yoy) dalam kinerja industri kulit, produk kulit, dan alas kaki pada kuartal II/2022. Peningkatan tersebut dipicu oleh permintaan ekspor yang tinggi, investasi yang meningkat, dan pengalihan pesanan ke Indonesia.



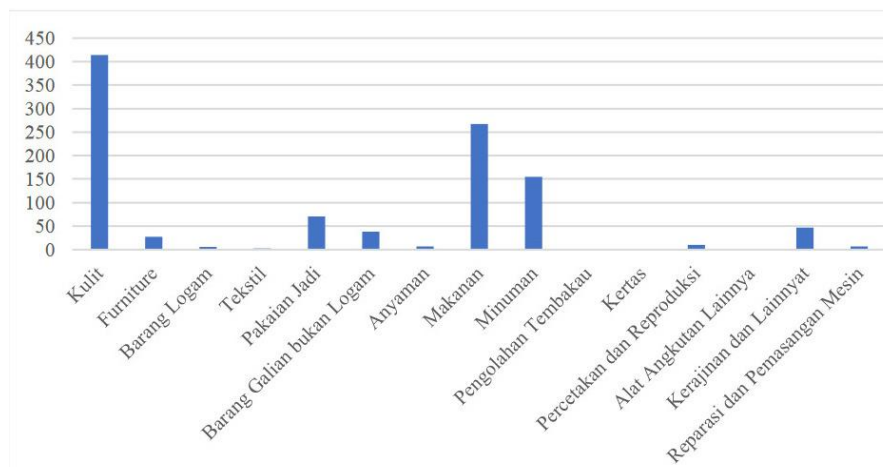
Gambar 1. 4 PDB Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2022)

Menurut Gambar 1.4 di atas, Produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki mencapai Rp 7,57 triliun pada kuartal II/2022, naik Rp 1,09 Triliun dari kuartal II/2020. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengatakan peningkatan permintaan ekspor mendorong peningkatan kualitas industri kulit, barang jadi kulit, dan alas

kaki. Selain itu, daya tarik investasi yang meningkat serta pesanan yang telah dikirim ke Indonesia oleh beberapa merek internasional.

Wilayah yang dikenal sebagai penghasil produk kulit terkenal di Indonesia adalah Kabupaten Garut yang berpusat di desa Sukaregang, terdapat berbagai macam produk seperti tas, sarung tangan, sepatu hingga produk yang paling banyak diminati yaitu jaket, yang menjadi incaran wisatawan yang mencari oleh-oleh dari daerah yang dijuluki *Swiss van Java* tersebut.



Gambar 1. 5 Jumlah Industri Mikro dan Kecil di Kecamatan Garut Kota

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut (2021)

Dilihat dari gambar di atas bahwa industri yang paling tinggi yaitu industri kulit dan mendominasi di Kecamatan Garut Kota. Industri kulit tersebut berpusat di Sukaregang. Terdapat banyak pengusaha yang memanfaatkan hal tersebut sebagai mata pencaharian, yaitu dengan memanfaatkan dan menjadikan kulit sebagai bisnis.

Permintaan kulit tersamak Sukaregang selalu ada dari mulai nasional hingga ke kancah internasional. Berdasarkan Disperindag ESDM kulit tersamak Garut mengalami ekspor ke kancah internasional seperti ke negara Singapura, Cina, Malaysia dan juga Taiwan dengan volume sebanyak 1,8 juta *Sqft* senilai 1,8 juta US\$ dengan kapasitas produksi penyamakan per tahun rata-rata 7,6 juta kg per 9,3 juta *sqft* (Diskominfo, 2021).

Peneliti melakukan wawancara pada Ibu Anti dengan jabatan pembina industri dari Disperindag kota garut yaitu terdapat permasalahan mengenai masih banyak

pengusaha industri kulit yang kurang pemahaman mengenai wirausaha dengan rata-rata tingkat pendidikan SMA atau dilakukan secara otodidak maka masih kurang dalam kompetensi wirausaha, serta beberapa perusahaan masih kurang gencar dalam pemasaran media sosial untuk produk kulit yang menyebabkan banyak pengusaha mengalami penurunan omset dikarenakan masih banyak yang berpaku pada penjualan store.

Untuk memperkuat data, peneliti melakukan wawancara pada pengusaha penyamakan di daerah Sukaregang, Garut yang mengalami penurunan pendapatan salah satunya yaitu PT. Elco Indonesia Sejahtera yang memiliki pabrik penyamakan kulit. Tetapi dari tahun 2018-2022 perusahaan mengalami penurunan pendapatan penjualan yang signifikan dengan data sebagai berikut:



Gambar 1. 6 Omset Penjualan Perusahaan PT. Elco Indonesia Sejahtera

Sumber: Data Perusahaan (2023)



Gambar 1. 7 Profit Penjualan PT. Elco Indonesia Sejahtera

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Berdasarkan tabel di atas dan wawancara dengan direktur perusahaan bapak H. Ade Yusef melalui Ibu Vini Pillani bahwa perusahaan memiliki permasalahan yaitu turunnya pendapatan konsumen bisnis mereka yang mengakibatkan penurunan juga pada pendapatan PT. Elco Indonesia Sejahtera dikarenakan PT. Elco Indonesia Sejahtera membuat bahan kulit sesuai pesanan, semisal jika 1 bulan tidak ada pemesanan berarti tidak ada pendapatan memiliki pemahaman mengenai kewirausahaan dan sudah memanfaatkan media sosial seperti web yang lengkap dan bagus tetapi belum melakukan promosi seperti membuat konten yang menarik, untuk strategi diferensiasi agar lebih unggul dari pesaing mengedepankan kualitas tetapi harga tidak terjangkau.

Berikut merupakan pengusaha toko kulit di daerah Sukaregang, Garut yang mengalami penurunan pendapatan, berdasarkan wawancara dengan Bapak Agus, pemilik Saung Kulit, dan Bapak Fahmi, pemilik Fahmi Leather, terungkap bahwa kedua pengusaha industri kulit di Sukaregang, Garut, menghadapi fluktuasi penjualan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2022. Meskipun keduanya menggunakan pemasaran melalui media sosial dan berjualan di *platform e-commerce* seperti Instagram, Facebook, Shopee, dan Tokopedia terdapat

perbedaan pendekatan dalam strategi pemasaran dan orientasi keunggulan kompetitif.

Bapak Agus menyatakan bahwa kurangnya pemahaman tentang kewirausahaan tidak menghalanginya untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial. Namun, fokusnya pada strategi harga yang terjangkau cenderung meningkatkan volume penjualan produknya. Sementara itu, Bapak Fahmi mengakui bahwa meskipun ia sudah menggunakan media sosial dan *platform e-commerce*, kurangnya strategi pemasaran yang tepat belum menghasilkan perubahan yang signifikan dalam penjualan. Kendala utama adalah kurangnya penekanan pada kualitas yang baik, tetapi lebih berfokus pada harga yang terjangkau.

Dari penjelasan tersebut, terlihat jelas bahwa meskipun penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari strategi pemasaran, kurangnya pemahaman tentang kewirausahaan dan kekurangan strategi pemasaran yang tepat menyebabkan kesulitan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, urgensi untuk penelitian ini menjadi jelas. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pemahaman tentang bagaimana kompetensi wirausaha dan pemanfaatan pemasaran media sosial dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif bagi bisnis industri kulit di Sukaregang, Garut. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan serta menjadi solusi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing para pengusaha kulit di wilayah tersebut.

Wawancara telah dilakukan kepada beberapa pengusaha toko kulit di Sukaregang, Garut. Wawancara dilakukan kepada tiga pengusaha toko kulit di Sukaregang, Garut yaitu bernama Bapak Asep Rustandi dengan toko Cikal Leather, Bapak Saepuloh dengan toko Wiguna Leather dan Bapak Candra dengan toko Candra Leather. Ketiga pengusaha toko kulit di Sukaregang, Garut tersebut mengaku pernah mengalami fluktuasi penjualan dan yang paling dirasakan menurun yaitu pada tahun 2019 sampai 2022.

Hasil wawancara dengan Bapak Asep Rustandi *owner* Toko Cikal yaitu kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan dan selama wawancara pelaku usaha mengungkapkan bahwa perusahaannya dioperasikan secara otodidak tanpa

dasar yang kuat dalam strategi kewirausahaan. Penjualan barang berbahan kulit terus menurun lalu ia mencoba aktif berjualan menggunakan marketplace tetapi masih terdapat kurangnya pemahaman mengenai pentingnya memahami dinamika media sosial, tren konsumen, dan taktik pemasaran yang efektif,

Hasil wawancara dengan Bapak Saepuloh dengan toko Wiguna Leather, 2023, Sukaregang, Garut yaitu terlihat bahwa pemilik usaha mempunyai pemahaman yang baik mengenai kewirausahaan, tetapi menariknya meskipun mempunyai pengetahuan yang memadai, belum memanfaatkan potensi yang besar dari media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan juga pendapatan untuk bisnisnya karena belum menggunakan media sosial sehingga seluruh pendapatan bergantung pada penjualan *offline*.

Hasil wawancara dengan Bapak Candra dengan toko Candra Leather, 2023, Sukaregang, Garut yaitu sempat mengalami penurunan pendapatan tetapi Bapak Candra memiliki pemahaman mengenai bisnis wirausaha dan juga sudah memasarkan bisnis wirausahanya di media sosial yaitu Facebook dan Instagram sehingga sedikit demi sedikit berdampak pada kenaikan penjualan bisnisnya.

Ketiga toko kulit ini menghadapi tantangan dalam menjaga keunggulan kompetitif dengan fokus pada diferensiasi melalui kualitas produk dan harga yang relatif terjangkau. Permasalahan utamanya adalah menciptakan produk berkualitas tinggi sambil menjaga harga yang bersaing. Proses produksi barang berkualitas membutuhkan bahan baku berkualitas tinggi dan teknologi produksi canggih, yang dapat meningkatkan biaya produksi. Selain itu, mereka juga harus berusaha keras untuk mengkomunikasikan kepada konsumen bahwa harga yang terjangkau tidak selalu berkorelasi dengan penurunan kualitas produk. Persaingan dengan pesaing yang mungkin hanya fokus pada salah satu aspek, seperti menawarkan harga murah tanpa memperhatikan kualitas, dapat menjadi ancaman bagi strategi diferensiasi yang dijalankan oleh toko-toko kulit ini. Oleh karena itu, mereka perlu mencari keseimbangan yang tepat antara diferensiasi kualitas dan harga yang terjangkau dengan strategi yang efisien, inovatif, dan memperhatikan kebutuhan serta preferensi pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui perbedaan bahwa seorang pebisnis yang memiliki kompetensi wirausaha akan lebih matang dalam menjalankan bisnis yang dibuat, sedangkan bisnis yang dijalankan secara otodidak memiliki resiko yang lebih besar untuk tidak dapat bertahan lebih lama.

Menurut Ridwan Kamil, Gubernur Jawa Barat, industri kulit di wilayah Sukaregang, Garut mempunyai potensi yang besar dalam bidang bisnis. Sayangnya, industri ini tidak banyak mengalami perkembangan. Salah satu masalahnya adalah material yang dipakai dalam pembuatan kerajinan kulit belum memenuhi standar ekspor setelah diuji di laboratorium. Selain itu, desain produk kerajinan kulit di Sukaregang kurang inovatif dan tidak memiliki ciri khas yang membedakannya. Desain dan bentuk produk di berbagai toko kulit hampir serupa, yang menjadi masalah dalam penjualan adalah karena produk belum menyesuaikan dengan tren atau selera pasar yang terjadi saat ini. Para pengusaha industri kulit di wilayah Sukaregang juga masih belum memiliki pemahaman yang luas mengenai bagaimana proses untuk melakukan kegiatan pemasaran dan menjual produk secara digital. Untuk saat ini, Sebagian besar dari mereka masih menjual produk kulitnya secara konvensional maka ada kesulitan bersaing dengan pasar (Sarasa, 2022).

Untuk dapat terus unggul dari pesaing maka dibutuhkan kompetensi yang cukup baik dalam bidang wirausaha (Aulia, 2020) dan mulai menerapkan inovasi yang memaksimalkan perkembangan teknologi informasi seperti media sosial untuk media pemasaran di era saat ini, selain itu juga memperkuat jangkauan pasar bisnis yang dapat membantu bisnis dalam persaingan yang sangat ketat (Kevin & Puspitowati, 2020). Kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan atau keahlian seseorang mengenai kewirausahaan yang menjadi bagian dari ciri-ciri kepribadian (Arniti, 2019). Maka dapat dikatakan bahwa kompetensi wirausaha merupakan kemampuan seseorang untuk dapat melaksanakan kegiatan wirausaha dengan baik dan optimal. Kompetensi wirausaha menjadi salah satu faktor kunci dalam *sustainability* sebuah usaha (Purnamasari *et al.*, 2022). Pengetahuan dan kemampuan seseorang untuk dapat menjalankan bisnis atau usaha dianggap menjadi hal dasar yang harus dimiliki. Kemampuan wirausaha

pada bisnis Industri Kulit di daerah Garut cukup diuji karena memiliki persaingan yang cukup ketat, para pelaku bisnis harus dapat mempertahankan kinerja bisnis dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Tanpa adanya kompetensi wirausaha yang cukup baik maka hal tersebut akan berdampak pada penanganan masalah dan tindakan atau keputusan yang diambil yang bisa dikatakan kurang optimal.

Faktor lainnya adalah tentang inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi secara optimal. Dalam hal ini yang dimaksud adalah dalam aspek pemasaran. Pelaku bisnis Industri kulit di Garut harus mulai meningkatkan cara atau kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial. Media sosial adalah media daring yang memiliki kemampuan yang dapat membuat penggunanya mampu berbagi informasi dengan mudah serta secara luas (Ulya, 2020). Karena kemampuan tersebut maka media sosial dianggap dapat menjadi sarana pemasaran yang baik karena kemudahannya dalam menyebarkan informasi kepada banyak orang secara cepat. Hal tersebut dianggap sebagai sebuah inovasi sederhana yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran produk kulit dan dirasa cukup relevan dengan keadaan saat ini dimana masyarakat Indonesia sudah sangat terbiasa dan menjadi pengguna aktif media sosial. Terdapat berbagai macam media sosial yang cukup populer yaitu TikTok, Instagram, Youtube dan Twitter (Puspitarini & Nuraeni, 2019).

Jika kita berbisnis terutama pada industri kulit maka harus lebih sadar akan hal keberlanjutan lingkungan dengan tidak mencemari lingkungan, karena apa guna jika memiliki bisnis yang hebat tetapi merugikan lingkungan sekitar. *Green Sustainability* adalah prinsip dan praktik yang bertujuan menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung pertumbuhan ekonomi seimbang. Dalam industri penyamakan kulit, hal ini melibatkan pengelolaan limbah efisien dan penerapan teknologi yang *eco-friendly* untuk meminimalisir dampak buruk terhadap ekosistem dan pencemaran lingkungan. Program ini, pada dasarnya, berfokus pada reputasi positif perusahaan, membuka peluang bisnis lebih luas, dan memberikan kemudahan dalam berbagai kebutuhan. *Green & Sustainability* mendorong inovasi perusahaan untuk menciptakan program-program kreatif yang

mendukung kelestarian lingkungan dan sosial, yang nantinya akan menjadi modal penting dalam mencapai tujuan utama perusahaan (Inge, 2022).

Untuk *green & sustainability* mengambil contoh pada perusahaan penyamakan kulit yaitu PT. Elco Indonesia Sejahtera. Berikut merupakan contoh *green & sustainability* pada penyamakan kulit di perusahaan PT. Elco Indonesia Sejahtera melalui Bu Yuyun “Dalam menjalankan operasional kami di industri penyamakan kulit, kami memandang penting untuk mengelola limbah dengan penuh tanggung jawab. *Green Sustainability* bagi kami bukan hanya sekadar konsep, melainkan sebuah komitmen mendalam untuk menjaga keseimbangan antara produksi dan dampak lingkungan. Kami mengambil langkah-langkah konkret untuk memastikan bahwa setiap tahap proses penyamakan kulit kami memperhatikan prinsip-prinsip lingkungan yang berkelanjutan. *Green Sustainability* bagi kami melibatkan penggunaan teknologi ramah lingkungan, pilihan bahan baku yang dikelola secara berkelanjutan, dan yang tak kalah penting adalah manajemen limbah yang efisien. Limbah dari proses penyamakan kulit kami dikelola dengan cermat, menggunakan instalasi pembuangan limbah dan mempunyai tempat pebuangannya sendiri, dalam menangani limbah perusahaan sudah memiliki IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah). Kami memastikan dari produksi kami tidak menjadi beban lingkungan.”

Green sustainability ini dapat dijadikan promosi berkelanjutan bagi pengusaha penyamakan kulit di Sukaregang, Garut. Lebih jelasnya yaitu dapat meningkatkan promosi tentang kebijakan keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan mereka yang mana dapat menjadi wawasan dan nilai tambah dimata konsumen yang semakin peduli dengan isu-isu lingkungan, begitupun dengan toko-toko yang mempunyai usaha bisnis di industri kulit dapat menerapkan sistem promosi itu di media sosial kepada konsumennya, dikarenakan jika pengusaha penyamakan kulit mereka tidak mencemari lingkungan dengan limbahnya maka toko yang berada pada industri kulit juga ikut andil dengan tidak menjadi beban lingkungan. Dalam konteks promosi, produk yang dihasilkan dengan peduli terhadap lingkungan bukan hanya memberikan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga memperkuat citra perusahaan itu sendiri serta konsumen turut serta dalam

mendukung prinsip-prinsip lingkungan yang berkelanjutan. Bersama-sama, menciptakan masa depan yang lebih hijau dan berkelanjutan.

Untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pengusaha industri kulit dan penggunaan pemasaran media sosial terhadap keunggulan kompetitif. Penerapan strategi kompetensi wirausaha dalam industri kulit dan Penerapan strategi pemasaran media sosial yang efektif secara positif berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif dikarenakan lingkungan bisnis yang dinamis, inventif, dan saling terhubung secara internasional dihasilkan oleh perpaduan strategis antara efektivitas pemasaran media sosial dan kompetensi kewirausahaan di industri kulit. Pada gilirannya, hal ini dapat membantu berkembangnya ekonomi kreatif dengan menghasilkan pendapatan, lapangan kerja, dan pemberdayaan bagi pemilik usaha lokal.

Dapat dilihat pada latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengangkat suatu topik pembahasan pada penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN PENGGUNAAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF PENGUSAHA INDUSTRI KULIT DI SUKAREGANG GARUT”**.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah yang dapat diuraikan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kompetensi Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut?
2. Apakah Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut?
3. Apakah Kompetensi Wirausaha dan Penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, dapat diuraikan tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut.
2. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dengan meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keunggulan Kompetitif pada industri kulit. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan tentang pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Penggunaan media sosial terhadap Keunggulan Kompetitif pada pengusaha industri kulit di Sukaregang Garut. Selain itu, penelitian diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bagaimana pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Penggunaan media sosial terhadap Keunggulan Kompetitif

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dengan memberikan informasi kepada pengusaha penyamakan kulit dan pengusaha toko kulit yang memiliki bisnis di industri kulit tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keunggulan Kompetitif. Informasi ini dapat digunakan untuk meningkatkan Kompetensi Wirausaha dan Penggunaan media sosial agar lebih kompetitif, serta promosi yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan daya saingnya di pasar.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Mengandung sistematika serta penjelasan singkat mengenai laporan penelitian yang terdiri dari Bab I hingga Bab V.

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran ringkas dan padat tentang isi laporan penelitian. Isinya mencakup Deskripsi Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Permasalahan, Tujuan Penelitian, Keuntungan Penelitian, dan Tata Cara Penulisan Tugas Akhir.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengulas teori-teori yang relevan dari umum ke khusus, termasuk studi terdahulu, serta menyusun kerangka pemikiran penelitian yang dapat mencakup hipotesis jika diperlukan.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci metode-metode yang digunakan dalam penelitian, mulai dari yang umum hingga yang khusus, serta merangkai kerangka pemikiran penelitian yang bisa termasuk hipotesis jika diperlukan.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan analisisnya secara terstruktur sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Analisis dibagi menjadi dua bagian utama: pertama, paparan hasil penelitian; kedua, pembahasan atau analisis hasil penelitian. Setiap bagian pembahasan diawali dengan analisis data, diikuti interpretasi dan kesimpulan yang relevan. Diskusi juga menghubungkan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu atau teori yang mendasarinya.

E. BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bagian ini berisi simpulan dari pertanyaan penelitian dan rekomendasi praktis berdasarkan hasil penelitian.