

Pengaruh *Electronic Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung

A.R. Saputra¹, B.L. Nuryanti & D.H. Utama

Universitas Pendidikan Indonesia

aldy.rinaldi.saputra@student.upi.edu

ABSTRACT

This research to find out the electronic commerce description of the success of the textile area business. This research was conducted in a span of less than one year, so the research design used was a cross sectional method. This study uses a verification approach with explanatory survey method. A total of 76 respondents as samples used saturated samples. The research questionnaire was used as a research instrument to collect data from respondents and the data analysis technique used was simple linear regression. The research findings is Electronic commerce has a significant effect on business success. The differences are found in independent variables, objects and research methods, population and research samples, research periods, measurement tools and research results, as well as theoretical sources and foreign journals and books.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran electronic commerce terhadap keberhasilan usaha kawasan tekstil. Penelitian ini dilakukan pada rentang waktu kurang dari satu tahun, maka desain penelitian yang digunakan adalah cross sectional method. Penelitian ini menggunakan pendekatan verifikatif dengan metode explanatory survei. Sebanyak 76 responden sebagai sampel menggunakan sampel jenuh. Angket penelitian digunakan sebagai instrument penelitian untuk mengumpulkan data dari responden serta teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Temuan penelitian ini *Electronic commerce* berpengaruh cukup rendah terhadap keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah. Perbedaan ditemukan dalam variabel independen, objek dan metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, periode penelitian, alat ukur dan hasil penelitian, serta sumber teori dan jurnal asing dan buku.

PENDAHULUAN

Bisnis yang sukses adalah bisnis yang menghasilkan hasil yang sangat diterima dengan aset yang digunakan diposisikan untuk terus berjalan dengan baik tanpa tergantung pada pemilik yang berada di kehadiran harian (Bakar 2011). Pandangan kritis suatu

keberhasilan usaha akan mengungkapkan bahwa tidak ada yang benar atau salah ketika menilai bagaimana suatu bisnis menentukan keberhasilan usaha mereka secara keseluruhan. Namun, langkah mereka harus mencoba untuk fokus pada apa yang mereka bisa kontrol. Dalam hal ini tidak bisa

ARTICLE INFO:

Article history:

Received 16 June 2018

Revised 16 June 2018

Accepted 17 June 2018

Available online 5 September 2018

Keywords:

Electronic Commerce, Business Success.

Kata kunci:

Electronic Commerce, Keberhasilan usaha.

mengesampingkan keberhasilan ketika berbicara tentang bisnis karena bisnis ini sering dievaluasi atau diukur dengan jumlah keberhasilan yang dicapai (Bakar 2011).

Suatu perusahaan atau bisnis dianggap berhasil bila mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor yang penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha. Apabila di dalam sebuah perusahaan atau bisnis terdapat penurunan laba atau laba yang tidak stabil, maka perusahaan atau bisnis akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan mempertahankan usahanya (Henry Faizal Noor, 2007:397). Kewirausahaan pada hakikatnya adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovasi ke dalam dunia nyata secara kreatif. Sikap kewirausahaan akan muncul apabila seseorang berani mengembangkan usaha dan ide-ide baru yang dimilikinya (Spaho 2011). Oleh karena itu inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk menciptakan peluang (Suryana, 2003:13)

Keberhasilan usaha dikatakan sebagai kemampuan bisnis untuk mencapai tujuan yang dinyatakannya. Maksudnya pencapaian bisnis berkaitan dengan tujuan bisnis itu sendiri (Zulkifli, 2013). Keberhasilan di bidang usaha cenderung untuk memberikan Informasi pada efisiensi, pertumbuhan, laba, ukuran, likuiditas, keberhasilan atau kegagalan, pangsa pasar dan pengaruhnya ini memasok informasi tentang bisnis, pertumbuhan, keberhasilan atau kegagalan dan yang paling dominan, profitabilitas bisnis (Muhammad Shukri Bakar 2011). Oleh karena itu, keberhasilan bisnis menunjukkan bahwa bisnis ini menguntungkan, efektif, efisien, dan sukses (Bulley, Baku, & Allan, 2014).

Ini adalah salah satu permasalahan pada keberhasilan usaha di bidang industri non-

migas di Indonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan dan cenderung menurun hingga 9,11%. Salah satu industri penting yang mengalami penurunan adalah industri tekstil. Untuk lebih jelasnya pertumbuhan pada industri non-migas dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1. Pertumbuhan Industri Non-Migas

| NO. | KELOMPOK KOMODITI | 2014 | 2015 | 2016 | % Perub | % Peran 2016 |
|--------------------------------|--|------------------|------------------|------------------|--------------|---------------|
| 1 | Pengolahan Kelapa/Kelapa Sawit | 20.660,4 | 23.711,6 | 20.746,1 | -12,51 | 19,45 |
| 2 | Besi Baja, Mesin-mesin dan Otomotif | 14.684,4 | 15.813,5 | 14.443,2 | -8,67 | 13,54 |
| 3 | Tekstil | 12.661,7 | 12.720,3 | 12.262,6 | -3,60 | 11,50 |
| 4 | Elektronika | 8.520,1 | 8.066,9 | 6.903,7 | -14,42 | 6,47 |
| 5 | Pengolahan Karet | 9.724,1 | 7.497,5 | 6.171,4 | -17,69 | 5,79 |
| 6 | Kimia Dasar | 5.083,5 | 5.703,4 | 4.150,7 | -27,22 | 3,89 |
| 7 | Makanan dan Minuman | 5.379,8 | 5.554,4 | 5.597,0 | 0,77 | 5,25 |
| 8 | Pulp dan Kertas | 5.644,0 | 5.498,6 | 5.332,6 | -3,02 | 5,00 |
| 9 | Pengolahan Kayu | 4.727,7 | 5.202,3 | 5.186,6 | -0,30 | 4,86 |
| 10 | Pengolahan Tembaga, Timah dll. | 4.843,5 | 4.886,4 | 3.619,3 | -25,93 | 3,39 |
| 11 | Kulit, Barang Kulit dan Sepatu/Alas Kaki | 3.933,1 | 4.090,3 | 4.615,4 | 12,84 | 4,33 |
| 12 | Peng. Emas, Perak, Logam Mulia, Perhiasan dll. | 2.031,2 | 3.671,8 | 4.721,7 | 28,60 | 4,43 |
| 12 Besar Hasil Industri | | 97.893,5 | 102.416,9 | 93.750,4 | -8,46 | 87,92 |
| Industri Lainnya | | 15.136,4 | 14.913,0 | 12.886,5 | -13,59 | 12,08 |
| INDUSTRI PENGOLAHAN | | 113.029,9 | 117.330,0 | 106.636,8 | -9,11 | 100,00 |

Sumber : Laporan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia Tahun 2017

Menunjukkan bahwa rata-rata industri pengolahan non migas mengalami penurunan yang fluktuatif dalam tiga tahun terakhir. Salah satu industri yang penting dan termasuk dalam kebutuhan pokok (sandang, pangan, papan) yaitu industri tekstil yang mengalami penurunan hingga 3,60 % dalam tiga tahun terakhir menurut laporan kementerian perindustrian republik Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Ketua Umum Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) Ade Sudrajat kepada Kompas, mengatakan, penurunan harga produk impor melalui internet terjadi pada semua produk hulu hingga hilir. Produk-produk itu, antara lain, adalah benang, bahan, dan pakaian jadi. Produk-produk impor membanjir sehingga mengalahkan produk-produk dalam negeri. Nilai ekspor tekstil dan produk tekstil Rp 12,5 miliar dan nilai penjualan dalam negeri Rp 8 miliar. Pada tahun ini, API memperkirakan nilai ekspor

tekstil turun Rp 2 miliar dan nilai penjualan dalam negeri turun Rp 3 miliar.

Salah satu industri tekstil terbesar yaitu ada di daerah Cigondewah kota Bandung dan kompleks perdagangan terbesar di Kawasan Tekstil Cigondewah (KTC) yang diisi oleh 114 pengusaha tekstil. KTC merupakan lokasi perdagangan tekstil yang memiliki fasilitas yang paling lengkap dibandingkan toko-toko tekstil tradisional yang ada di sekitar Cigondewah (ktccigondewah.com). Berikut adalah data rata-rata laba Kawasan Tekstil Cigondewah setiap tahunnya.

Tabel 2. Rata-rata Laba Kawasan Tekstil Cigondewah

| TAHUN | LABA |
|-------|---------|
| 2014 | 222.276 |
| 2015 | 208.986 |
| 2016 | 169.825 |

Sumber : Pra Penelitian 2017

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata laba yang diperoleh para pengusaha di Kawasan Tekstil Cigondewah pada tiga tahun terakhir mengalami penurunan yang terus menerus. Henry Faizal Noor (2007) mengungkapkan bahwa salah satu indikator dari keberhasilan usaha adalah pertumbuhan laba. Laba adalah selisih dari pendapatan dan biaya. Dari data pada table 1.2 dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah tengah mengalami masalah. Jika masalah ini dibiarkan, memungkinkan para pengusaha di KTC mengalami kebangkrutan.

Mengatasi masalah keberhasilan usaha bisa dengan menggunakan beberapa cara. Prastuti Sulistyorini (2014) mengungkapkan bahwa *E-commerce* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Zulkifli (2013) menyatakan bahwa pemilihan bidang usaha yang tepat akan dapat mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan

wirausaha. Raisan al faizi (2013) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Lestari (2011) menyatakan jiwa kewirausahaan mempunyai pengaruh cukup signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Peran teknologi informasi dalam bisnis semakin kuat. Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet (Prastuti Sulistyorini 2014: 103). Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank (Dewi Irawati, 2011: 95).

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia juga terus meningkat, setiap pengusaha pasti menginginkan untuk mereknya dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan jejaring internet menjadi salah satu media yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Penjualan yang terjadi melalui media elektronik dan internet disebut sebagai *electronic commerce* (Candra Ahmadi 2013). Kawasan Tekstil Cigondewah menunjukkan upaya untuk memperbaiki permasalahan keberhasilan melalui *e-commerce* dengan adanya web www.ktccigondewah.com dengan harapan untuk meningkatkan keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah.

Menurut Henry Faizal Noor (2008) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha terdiri dari 5 indikator yaitu 1). Laba, 2).

Produktifitas dan efisiensi, 3). Daya saing, 4). Kompetensi dan etika usaha, dan 5). Terbangunnya citra yang baik.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai: (1) memperoleh temuan gambaran keterampilan wirausaha, (2) memperoleh temuan gambaran keberhasilan usaha,

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu proses yang dinamik atau suatu rangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh para wirausahawan di dalam usahanya untuk menghasilkan dan memberi nilai tambah bagi produk atau jasa tertentu yang telah diperjuangkan dengan gigih sehingga berhasil mendapatkan keuntungan atau keberhasilan secara komersial (Nova 2017:90). Menurut Irham (2016:1) Definisi kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut.

Irham (2016:3) menyatakan ada beberapa peran dan fungsi keberadaan atau pengaruh ilmu kewirausahaan dalam mendukung arah perkembangan wirausahawan yaitu, mampu memberi semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bias melakukan sesuatu yang selama ini sulit untuk ia wujudkan namun menjadi kenyataan, ilmu kewirausahaan juga memiliki peran dan fungsi untuk mengarahkan seseorang bekerja secara lebih teratur serta sistematis dan juga terfokus dalam mewujudkan mimpinya, mampu memberi inspirasi bagi banyak orang dengan menumbuhkan semangat solving problem, dampak positif yang tertinggi yaitu membantu menurunkan angka pengangguran.

Topik mengenai kewirausahaan merupakan topik yang selalu hangat, karena merupakan tantangan bagi bangsa Indonesia untuk mengembangkan sikap dan kemampuan berwirausaha (Suryana 2006:2). Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda, seperti pengembangan teknologi, penemuan pengetahuan ilmiah, perbaikan produk barang dan jasa yang ada, dan menemukan cara-cara baru untuk mendapatkan produk yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih efisien (Suryana 2006:2).

Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan, nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan baru kepada konsumen.

Konsep *Electronic Business*

Electronic business melibatkan seluruh rantai nilai dalam proses bisnis, yaitu pembelian elektronik dan manajemen rantai pasokan, memproses pesanan secara elektronik, mengatur pelayanan pelanggan, dan bekerjasama dengan mitra usaha (Candra 2013:10). Dalam praktiknya, *electronic business* lebih berfokus pada strategi dengan fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik (Candra 2013:9).

Electronic business dapat didefinisikan sebagai suatu proses bisnis yang berhubungan dengan sistem informasi (Candra 2013:9). *Electronic business* memungkinkan perusahaan berhubungan dan mengakses data

internal dan eksternal dengan proses yang lebih efisien dan fleksibel, agar berhubungan lebih erat dengan pemasok dan mitra usaha, dan untuk lebih memuaskan keinginan dan harapan pelanggan (Candra 2013:10). *Electronic commerce* dalam hal ini berkaitan dengan transaksi dimana pemesanan dilakukan secara elektronik, pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan offline maupun online (Candra 2013:7). *Electronic commerce* dicari untuk menambahkan aliran pendapatan dengan menggunakan internet untuk membangun hubungan dengan klien dan mitra usaha dan mengembangkan efisiensi (Candra 2013:9).

Electronic commerce

Menurut Candra (2013) e-commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan di akhir atau offline. E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan antara dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet (Abdi 2017;1).

E-commerce pada dasarnya mendefinisikan membeli atau menjual produk melalui internet (Selvarajah 2017;9). *Electronic commerce* adalah sarana transformasi elektronik dan teknologi pengolahan informasi digital dalam bisnis transaksi untuk menghasilkan, mengonversi, dan mendefinisikan kembali hubungan untuk penciptaan nilai di antara organisasi, dan antara organisasi dan individu. E-commerce menyiratkan transaksi melalui jaringan seperti internet dan publik jaringan komputer (Selvarajah 2017;9). E-commerce adalah penerapan teknologi terhadap otomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja, penyampaian

informasi, produk atau layanan, jual beli produk melalui internet (Poonam 2017;5545).

Menurut Eugene (2016;7) E-commerce adalah istilah untuk semua jenis bisnis, atau transaksi komersial, yang melibatkan transfer informasi di Internet. Ini mencakup berbagai jenis bisnis, mulai dari situs ritel berbasis konsumen, melalui situs lelang atau musik, hingga pertukaran bisnis yang memperdagangkan barang dan jasa antar perusahaan. Transaksi ini pada dasarnya antara kedua belah pihak dan memiliki kemampuan membayar secara online (Manoj 2012;5).

Konsep Keberhasilan Usaha

Bisnis yang sukses adalah bisnis yang menghasilkan hasil yang sangat diterima dengan aset yang digunakan. Ini adalah yang diposisikan untuk terus berjalan dengan baik tanpa tergantung pada pemilik yang berada di kehadiran harian (Changing Minds dalam Muhammad Shukri Bakar 2011:37). Pandangan kritis suatu keberhasilan usaha akan mengungkapkan bahwa tidak ada yang benar atau salah ketika menilai bagaimana suatu bisnis menentukan keberhasilan usaha mereka secara keseluruhan.

Keberhasilan usaha biasanya merupakan hasil dari cara berbisnis dan kerjasama. Kerjasama antar perusahaan, konsultasi, pengukuran kinerja, dan fleksibilitas dapat memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis. Kerjasama antar perusahaan memberikan kontribusi positif untuk mendapatkan legitimasi organisasi dan untuk mengembangkan reputasi pasar yang diinginkan. Kerjasama juga memungkinkan perusahaan kecil untuk memperbaiki posisi strategisnya, fokus pada bisnis intinya, memasuki pasar internasional, mengurangi biaya transaksi, mempelajari keterampilan baru, dan mengatasi perubahan teknologi yang cepat (Chittithaworn, 2011).

Definisi Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul daripada masa sebelumnya. Suatu perusahaan atau bisnis dikatakan berhasil bila mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor yang penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha. Apabila di dalam sebuah perusahaan atau bisnis terdapat penurunan laba atau laba yang tidak stabil, maka perusahaan atau bisnis akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan mempertahankan usahanya.

Definisi lain menyebutkan bahwa keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahanya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas (Wahyuni 2012).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh electronic commerce terhadap keberhasilan usaha kawasan tekstil cigondewah kota bandung.

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu electronic commerce dengan dimensinya yaitu brokerage, advertising, infomediary,

merchant, manufaktur, afiliasi, komunitas, subscription. Serta variabel terikat yaitu keberhasilan usaha dimensinya mencakup laba, produktifitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika usaha, serta terbangunnya citra yang baik.

Berdasarkan tingkat penjelasan dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif Menurut Sugiyono (2011) mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengatasi fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Penelitian deskriptif ini mempunyai maksud untuk mengetahui gambaran electronic commerce terhadap keberhasilan usaha Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung

Berdasarkan jenis penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *electronic commerce* sedangkan untuk variabel terikatnya adalah keberhasilan usaha. Untuk menguji ada tidaknya pengaruh bebas terhadap variabel terikat, dilakukan dengan pengujian regresi sederhana.

Tabel 3. Rekapitulasi Dimensi Electronic Commerce

| No. | Dimensi | Total Skor | Skor Ideal | % |
|----------------------------|--------------------|--------------|--------------|------------|
| <i>Electronic Commerce</i> | | | | |
| 1. | <i>Brokerage</i> | 4045 | 4774 | 85% |
| 2. | <i>Advertising</i> | 5521 | 6510 | 85% |
| 3. | <i>Merchant</i> | 5315 | 6510 | 82% |
| 4. | <i>Manufaktur</i> | 5608 | 6510 | 86% |
| 5. | <i>Afiliasi</i> | 5599 | 6510 | 86% |
| Total | | 26088 | 30814 | 85% |

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan Tabel 3 aspek *electronic commerce* paling tinggi yaitu terdapat pada dimensi manufaktur memperoleh skor sebanyak 5608 atau 86%, sementara dimensi paling rendah yaitu pada *brokerage* memperoleh skor 4045 atau 85%. Secara keseluruhan variabel *electronic commerce* memperoleh skor 26088, apabila di persentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh persentase sebesar 84%, dapat dikatakan menurut Moch. Ali (Ali, 2013:184) bahwa hampir seluruh responden menyatakan *electronic commerce* berpengaruh pada para pengusaha Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung dalam kategori sangat baik (Ali, 2013).

Skor ideal *electronic commerce* adalah 56420 untuk 130 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel *electronic commerce* adalah 30814 sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap *electronic commerce*, berdasarkan rumus Sugiyono (2011:94) adalah sebagai berikut:

| | | | | | | |
|---------------|--------|--------------|--------|--------------|--------|---------------|
| 26088 | | | | | | |
| Sangat rendah | Rendah | Cukup Rendah | Sedang | Cukup Tinggi | Tinggi | Sangat Tinggi |

Gambar 1. Perolehan Skor variabel *electronic commerce*

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan Gambar 1 pada nilai kontinum variabel *electronic commerce* yaitu 26088 sesuai dengan data penelitian yaitu

termasuk kedalam kategori efektif, dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pengusaha mengikuti *electronic commerce* yang efektif dijalankan pada perusahaan, akan tetapi *electronic commerce* pada perusahaan masih perlu ditingkatkan karena semua dimensi berada di bawah skor ideal.

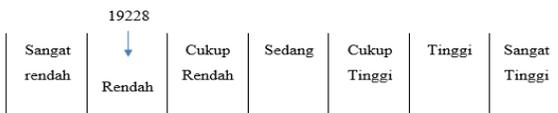
Tabel 4. Rekapitulasi Dimensi Keberhasilan Usaha

| REKAPITULASI DIMENSI KEBERHASILAN USAHA | | | | |
|---|------------------------------|--------------|--------------|------------|
| No. | Dimensi | Total Skor | Skor Ideal | % |
| <i>Keberhasilan usaha</i> | | | | |
| 1. | Laba | 5125 | 6076 | 84% |
| 2. | Produktifitas dan Efisiensi | 3931 | 4340 | 91% |
| 3. | Daya Saing | 3542 | 3906 | 91% |
| 4. | Kompetensi dan Etika Usaha | 4315 | 5208 | 83% |
| 5. | Terbangunnya Citra yang Baik | 5188 | 6076 | 85% |
| Total | | 19228 | 23450 | 87% |

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan Tabel 4 aspek keberhasilan usaha paling tinggi yaitu terdapat pada dimensi daya saing memperoleh skor sebanyak 3542 atau 91%, sementara dimensi paling rendah yaitu pada kompetensi dan etika usaha memperoleh skor kompetensi dan etika usaha atau 83% Secara keseluruhan variabel keberhasilan usaha memperoleh skor 19228, apabila di persentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh persentase sebesar 87%, dapat dikatakan menurut Moch Ali (2013:184) bahwa hampir seluruh responden menyatakan keberhasilan usaha di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung dalam kategori sangat tinggi.

Skor ideal keberhasilan usaha adalah 23450 untuk 130 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel keberhasilan usaha adalah 19228 sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap *electronic commerce*, berdasarkan rumus Sugiyono (2011:94) adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Perolehan Skor variabel keberhasilan usaha

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2018

Berdasarkan Gambar 2 pada nilai kontinum variabel keberhasilan usaha yaitu 19228 sesuai dengan data penelitian yaitu termasuk kedalam kategori rendah, dengan demikian dapat dikatakan bahwa para pengusaha mendapatkan keberhasilan usaha yang masih rendah, keberhasilan usaha pada perusahaan masih perlu ditingkatkan karena semua dimensi berada di bawah skor ideal.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi sederhana yang dilakukan mengenai pengaruh Electronic Commerce terhadap keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Gambaran Electronic Commerce pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung berada pada kategori cukup rendah. Dalam kategori yang cukup rendah tersebut, dimensi Electronic Commerce yang memiliki penilaian sangat tinggi dalam mempengaruhi keberhasilan usaha adalah dimensi manufaktur, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian yang sangat rendah dalam mempengaruhi keberhasilan usaha adalah dimensi brokerage. Sehingga Electronic Commerce pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung ada pada tingkatan cukup rendah. 2) Gambaran keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung berada pada kategori rendah. Hal ini dapat dilihat dari dimensi yang tertinggi hingga terendah. Dalam kategori yang rendah tersebut, dimensi mendapat penilaian yang paling tinggi yaitu daya saing dibandingkan

dimensi lainnya, sedangkan yang terendah yaitu dimensi kompetensi dan etika usaha dibandingkan dimensi lainnya. Sehingga keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung ada pada tingkatan rendah. 3) Electronic Commerce terdapat pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Electronic Commerce semakin tinggi juga keberhasilan usaha pada Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Candra Dan Dadang Hermawan (2013). *E-Business & E-Commerce*. ANDI OFFSET
- Ali, Moch. 2013. *Penelitian Pendidikan Prowssedur Dan Strategi*. Bandung: Angkasa
- Alma, Buchari. 2007 Pengantar Bisnis. Edisi Revisi, Cetakan Kesembilan. Bandung. Alfabeta
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Arifin. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Dwi Riyanti. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Hermawan, A. (2010). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. (Grasindo, Ed.). Jakarta.
- Malholtra. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta: PT Index.
- Noor, Henry Faizal. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Riduwan, 2013. *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sumadi Suryabrata. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Suryana, 2006. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Jakarta: PT.Salemba Empat.
- Suryana, Yuyus. 2010. Kewirausahaan, Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Bandung: Prenadamedia Group
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tatang, Uep Dan Sambas Ali Muhidin, 2011, *Desain Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Karya Andika Utama
- Toto Syatori Nasehudin Dan Nanang Gozai.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:CV Pustaka Setia
- Umar, Husein.2008. *Metode Riset Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Vilkinas, T., Cartan, G., & Saebel, J. (2011). *Business Success Factors*. Ninti One.
- Wibowo.2008,*Manajemen Kinerja* .Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Jurnal :**
- Ali, A. J., Inditex, S., & Isla, P. (2013). International Journal Of Commerce And. *International Journal Of Commerce And Management*, 23(1), 44–58. Retrieved From [Http://Dx.Doi.Org/10.1108/10569210480000173%5Cnhttp:%5Cnhttp://Dx.Doi.Org/10.1108/09513570010316126](http://Dx.Doi.Org/10.1108/10569210480000173%5Cnhttp:%5Cnhttp://Dx.Doi.Org/10.1108/09513570010316126)
- Aqeel, A. M. Bin, Awan, A. N., & Riaz, A. (2011). Determinants Of Business Success (An Exploratory Study). *International Journal Of Human Resource Studies*, 1(1), 98–110. [Http://Doi.Org/10.5296/Ijhrs.V1i1.919](http://Doi.Org/10.5296/Ijhrs.V1i1.919)
- Bakar, M. S., (2012). Determinants Of Business Success: Trust Or Business Policy? *Journal Of Arts, Science & Commerce* 3 (3) [Www.Researchersworld.Com](http://www.researchersworld.com)
- Baroh, Imam (2012). Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Berbisnis Di Indonesia
- Bulley, C. A., Baku, K. F., & Allan, M. M. (2014). Competitive Intelligence Information : A Key Business Success Factor, 4(2), 82–92. [Http://Doi.Org/10.5539/Jms.V4n2p82](http://Doi.Org/10.5539/Jms.V4n2p82)
- Chahar, D., Niranjnamurthy (2013). Analysis Of *E-Commerce* And M-Commerce: Advantages, Limitations And Security Issues. *International Journal Of Advanced Research In Computer And Communication Engineering* 2 (6) 2360-2370 [Www.Ijarce.Com](http://www.ijarce.com)
- Chittithaworn, C. (2011). Factors Affecting Business Success Of Small & Medium Enterprises (Smes) In Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180–190. [Https://Doi.Org/10.5539/Ass.V7n5p180](https://doi.org/10.5539/ass.v7n5p180)
- Chong, W. Y. (2012). Critical Success Factors For Small And Medium Enterprises : Perceptions Of Entrepreneurs In Urban Malaysia. *Journal Of Business And Policy Research*, 7(4), 204–215.
- Dalbir, Ahmed (2011). Potential *E-Commerce* Adoption Strategies For Libyan Organization. *International Journal Of Information And Communication Technology Research* 1(7) [Http://Www.Esjournals.Org](http://www.esjournals.org)
- Dugguh, S. (2013). Innovation And Business Success In Nigeria: From Intuition To Process Management *International Journal Of Economics, Commerce And Management*, I(1), 1–13.
- Gangeshwer, D. K., (2013). *E-Commerce* Or Internet Marketing: A Business Review From Indian Context. *International Journal Of U- And E-Service, Science And Technology* 6 (6) [Http://Dx.Doi.Org/10.14257/Ijunesst.2013.6.6.17](http://dx.doi.org/10.14257/ijunesst.2013.6.6.17)
- Hunjra, A. I. (2011). Determinants Of Business Success Of Small And Medium Enterprises. *International Journal Of Business And Social Science*, 2(20), 274–280. Retrieved From [Http://Works.Bepress.Com/Ahmed_Hunjra/21/](http://works.bepress.com/Ahmed_Hunjra/21/)
- Indriyatni, L. (2013). Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (, 5(1), 54–70.
- Irmawati, Dewi (2011). Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, VI, 95- 112.
- Islam A. M., (2011) Factors Affecting Business Success Of Small & Medium Enterprises (Smes) In Thailand. *Asian Social Science* 7 (5) [Www.Ccsenet.Org/Ass](http://www.ccsenet.org/ass)
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. K. (2001). The Effects Of Entrepreneurial Personality, Background And Network Activities On Venture Growth. *Journal Of Management Studies*, 38(4), 583–602. [Https://Doi.Org/10.1111/1467-6486.00250](https://doi.org/10.1111/1467-6486.00250)
- Lin, X., Carsrud, A., Jagoda, K., & Shen, W. (2013). Determinants Of Entrepreneurial Intentions: Applying Western Model To The Sri Lanka Context. *Journal Of Enterprising Culture*, 21(2), 153–174. [Https://Doi.Org/10.1142/S0218495813500076](https://doi.org/10.1142/S0218495813500076)
- Own, S. Y., & Me, N. (2011). Determinants Of Business Success, 3(November), 37–42.
- Psikologi, J., Pendidikan, F. I., & Semarang, U. N. (2013). Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha.
- Purnama, C. & S. (2010). Motivasi Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha

- Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12, 177–184.
- Retno Kurnia Nurzaman. (2009). Pengaruh Kemampuan Wirausaha Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Restoran Sindang Reret Cabang Surapati Bandung. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(3). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Shafiyah, N. (2013) Review On *Electronic Commerce*. *Middle-East Journal Of Scientific Research* 18 (9) 1357-1365
- Spaho, K. (2011). Organizational Communication As An Important Factor Of Company Success: Case Study Of Bosnia And Herzegovina . *Business Intelligence Journal*, 4(2), 390–393.
- Magutu, O. A., & Mwangi, M (2011). *E-Commerce Products And Services In The Banking Industry: The Adoption And Usage In Commercial Banks In Kenya*, 2-11 [Http://www.ibimapublishing.com/journals/JEB_S/Jebs.html](http://www.ibimapublishing.com/journals/JEB_S/Jebs.html)
- Makhbul, Z. M. (2011). Entrepreneurial Success : An Exploratory Study Among Entrepreneurs, 6(1), 116–125.
- Nuryanti (2013). Peran *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Ekonomi* 21(4) 1- 15
- Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational And Success Factors Of Entrepreneurs: The Evidence From A Developing Country. *Zb. Rad. Ekon. Fak. Rij*, 28, 251–270. Retrieved From [Http://www.efri.uniri.hr/dokumenti/03-Stefanovic-2010-2.pdf](http://www.efri.uniri.hr/dokumenti/03-Stefanovic-2010-2.pdf)
- Sulistiyorini, Prastuti. (2014). Pengaruh Adopsi *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Litbang Pekalongan*. 103- 121.
- Udin, Amir. M. (2015). Perancangan Dan Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. Semarang
- Wahyuni, N.I., Dampak *E-Commerce* Dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Pada Kpp Pratama Kota Bandung
- Zulkifli, R., & Rosli, M. (2013). Entrepreneurial Orientation And Business Success Of Malay Entrepreneurs: Religiosity As Moderator. *Ijhssnet.Com*, 3(10), 264–275. Retrieved From [Http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2013/29.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_10_Special_Issue_May_2013/29.pdf)