

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kondisi saat ini sektor industri di Indonesia semakin pesat perkembangannya, dunia bisnis menghadapi persaingan yang semakin ketat antara pelaku usaha satu dengan yang lainnya dengan memproduksi produk yang sejenis. Pelaku usaha berusaha tetap hidup, untuk bersaing dengan kompetitornya. Untuk menghidupkan perekonomian Indonesia secara terus menerus, keberadaan industri kecil harus dipertahankan dan dikembangkan. Selain itu industri kecil agar tetap berkembang dan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa karena memiliki peran penting dalam membantu keterbatasan industri–industri kecil.

Salah satu cara yang dinilai ampuh untuk menghidupkan ekonomi adalah dengan memperbanyak lapangan pekerjaan yang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Salah satu jenis usaha yang cocok dengan iklim perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah atau lebih dikenal dengan sebutan UMKM. Selain dapat menyerap banyak tenaga kerja UMKM pun sudah terbukti dapat menyejahterakan perekonomian Indonesia.

Industri atau perusahaan memiliki tujuan utama yang sama yaitu untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan memiliki keunggulan agar dapat bersaing. Salah satu yang sedang mendapatkan perhatian dari pemerintah dalam meningkatkan perekonomian nasional yaitu sektor perindustrian dengan memberdayakan sektor industri kecil dalam menciptakan produk atau jasa yang unggul agar dapat bersaing dan mempermudah para pelaku usaha dalam membuat perizinan dengan cepat. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, Darmin

Nasution Mengatakan dalam mengembangkan serta meningkatkan UMKM di Indonesia Pemerintah telah meluncurkan *Online Single Submission* (<https://ekonomi.kompas.com/>).

Salah satu kota yang sektor UMKM-nya cukup berkembang pesat adalah kota Bandung. Pada tahun 2016 kota Bandung berhasil meraih penghargaan Natamukti Nindya dari ICSB (Indonesia Council of Small Business) menurut Ridwan Kamil selaku Wali Kota Bandung penghargaan tersebut berhasil naik dikarenakan UMKM di Kota Bandung berkembang pesat dan iklim ekonomi UMKM-nya dinilai terbaik karena berhasil menembus pasar internasional. (sumber: <https://news.detik.com>)

Selain Sentra sepatu Cibaduyut dan Jeans Cihampelas yang terkenal sebagai lokasi para wisatawan yang berada di kota Bandung, banyak pula tempat yang wajib dikunjungi oleh para wisatawan yang datang khusus untuk berbelanja pakaian. Salah satu nya wisata berbelanja pakaian anak yang ada di Kota Bandung yang menjual pakaian dengan harga terjangkau mulai dari pakaian bayi hingga anak- anak.

Memiliki sekitar 30 jenis UMKM yang terdaftar secara resmi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan wilayah kota Bandung, terdiri dari Sentra industri yang bergerak di bidang makanan khas Bandung seperti tahu, tempe, dan oncom, kerupuk, roti, telur asin, hingga ikan pindang. Tidak hanya berkembang di bidang makanan saja, Sentra yang bergerak di bagian sandang pun sangat bergerak, mulai dari sepatu Cibaduyut yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat Jawa Barat, adapula Pakaian Anak Pagarsih yang menjadi lokasi yang harus dikunjungi jika mendatangi Bandung. Berikut daftar Sentra yang sudah terdaftar

Tabel 1.1

Daftar Sentra Industri di Kota Bandung

No	Nama-Nama Sentra Industri
1.	Sentra Industri Rajut di Binongjati
2.	Sentra Industri Rajut di Margasari
3.	Sentra Industri Pakaian Bayi di Hantap
4.	Sentra Industri Pakaian Anak di Pagarsih
5.	Sentra Industri Tas di Kebonlega
6.	Sentra Industri Jeans di Cihampelas
7.	Sentra Industri Pakaian Jadi di Cigondewah
8.	Sentra Industri Produk Textile di Cigondewah
9.	Sentra Industri Sepatu di Cibaduyut
10.	Sentra Industri Sablon Kaos di Suci
11.	Sentra Industri Telur Asin di Derwati
12.	Sentra Industri Ikan Pindang di Cijaura
13.	Sentra Industri Opak di Cigondewah
14.	Sentra Industri Roti di Kopo
15.	Sentra Industri Tahu di Cibuntu
16.	Sentra Industri Tempe dan Oncom di Situsaeur
17.	Sentra Industri Gorengan Tempe di Leuwipanjang
18.	Sentra Industri Kerupuk Palembang di Madesa
19.	Sentra Industri Boneka di Warung Muncang
20.	Sentra Industri Boneka di Sukamulya
21.	Sentra Industri Knalpot di Sadakeling
22.	Sentra Industri Suku Cadang di Kiaracandong
23.	Sentra Industri Oven di Cimindi
24.	Sentra Industri Sikat dan Sapu di Cibiru
25.	Sentra Industri Kasur di Cigondewah
26.	Sentra Industri Peralatan Dapur di Warung Muncang
27.	Sentra Industri Percetakan di Pagarsih
28.	Sentra Industri Bengkel Las & Bubut di Jl. Bogor
29.	Sentra Industri Las Ketok di Karasak
30.	Sentra Industri Kusen di Astana Anyar

(Sumber: Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung)

Salah satu wisata berbelanja di kota Bandung ialah sentra pakaian anak yang dapat didatangi oleh para wisatawan. Yang terletak di Jalan Pagarsih Gang Pesantren kecamatan Bojongloa Kaler, Bandung, Sentra ini menyediakan pakaian anak mulai dari bayi hingga anak-anak.

Produksi pakaian anak yang mengedepankan model pakaian dan nyaman menguji para pelaku usaha untuk bisa memperbaiki produk yang dipasarkan agar dapat selalu menyediakan pakaian dengan model yang di inginkan agar terus melanggengakan usaha nya dengan terus-menerus. Sentra industri pakaian anak pagarsih yang memproduksi berbagai produk pakaian

anak pun tidak terlepas dari ketatnya persaingan usaha sekarang ini, ini disebabkan terdapat banyaknya industri pakaian anak yang lain menjadi kompetitor bagi mitra industri pakaian anak lainnya. Karena ketatnya persaingan ini maka para pelaku usaha harus memiliki keunggulan bersaing agar bisa bertahan dan terus mengembangkan usahanya. Karena apabila perusahaan tidak memiliki keunggulan dalam bersaing maka akan menimbulkan nilai negatif pada produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Menciptakan sesuatu yang berbeda atau baru sangatlah penting dalam sebuah usaha agar usaha dapat bertahan dalam persaingan sangat ketat pada saat sekarang ini, sehingga para pelaku usaha diuntut selalu melakukan perbaikan, mencari pengetahuan baik dalam bekerja maupun dalam menarik konsumen agar tetap bisa bersaing dari usaha lain. Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan memiliki keunggulan bersaing jika pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Pemilik perusahaan dapat menciptakan persepsi ini dengan berbagai cara. Menurut Porter dalam Agus Maulana (2014:31), keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam kompetitor yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Perusahaan jasa harus dapat merancang strategi yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satunya untuk mencapai keunggulan bersaing. Harga dan kualitas pelayanan adalah salah satu faktor pendukung untuk tercapainya keunggulan bersaing diantara perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama.

Sehubungan dengan hal itu, peneliti melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner tentang keunggulan bersaing di Sentra Industri Pakaian Anak di Jalan Pagarsih Gang Pesantren kecamatan Bojongloa Kaler, Bandung Hal tersebut dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Data Survei Awal Mengenai Keunggulan Bersaing

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah Harga produk anda dapat bersaing dengan kompetitor lain?	8 26%	22 74%
2. Apakah anda mengetahui cara membaca peluang dan menjadikannya keuntungan bagi bisnis anda?	25 83%	5 17%
3. Apakah anda siap dengan persaingan yang ada di pasar untuk kelangsungan hidup berkelanjutan?	19 63%	11 37%
4. Apakah anda dapat melihat suatu masalah yang berbeda untuk segera menanggapi perubahan tersebut?	22 73%	8 27%
5. Apakah anda sudah memberikan produk yang sesuai kebutuhan untuk para pelanggan?	6 20%	24 80%
KEUNGGULAN BERSAING		

Sumber : Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil survei awal yaitu dari hasil tanggapan 30 responden dikawasan pakaian anak pagarsih sebanyak 74% responden dari pelaku usaha masih belum bisa bersaing terhadap harga produk dengan kompetitor lainnya. 80% responden menyatakan mereka tidak bisa memberikan produk yang sesuai kebutuhan untuk para pelanggannya.

Berdasarkan hasil survey di atas, para pelaku usaha dalam menciptakan produk hanya fokus berdasarkan tren yang sudah ada antara pelaku usaha satu dengan yang lainnya sehingga sulit untuk bersaing dalam segi harga dengan para kompetitor lainnya. Selanjutnya para pelaku usaha belum bisa memenuhi produk sesuai keinginan pelanggan dikarenakan para pelaku usaha

belum mempunyai ide-ide untuk membuat produk yang baru sehingga para pelaku usaha belum bisa memberikan produk yang baik terhadap para pelanggannya.

Selain itu bukan hanya keunggulan bersaing yang diharapkan agar mempengaruhi keberlangsungan usaha, adanya faktor lain yaitu kompetensi kewirausahaan . Yaitu pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.3

Data Survei Mengenai Kompetensi Kewirausahaan

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah anda memiliki komitmen terhadap usaha yang akan anda tekuni?	20 66%	10 34%
2. anda sudah mengimplementasikan ide-ide kreatif desain produk?	6 20%	24 80%
3. Apakah anda mampu berkomunikasi dengan baik dengan para konsumen?	23 76%	7 24%
KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN		

Sumber : Peneliti (2020)

Dari hasil survei diatas terhadap 30 responden terdapat 80% dari pelaku usaha masih tidak mampu dalam menciptakan desain produknya, Dari hasil tanggapan survei awal mengenai kompetensi kewirausahaan diatas, terdapat beberapa hal yang terdapat di Kawasan pakaian anak pagarsih yaitu belum maksimalnya pelaku dalam mengambil sebuah keputusan yang tepat dalam hal membuat ide-ide kreatif desain produk. Dikarenakan keterbatasan sarana dalam menciptakan produk baru dalam pembuatan desain produknya masih kurang sehingga tidak bisa untuk memenuhi keinginan pasar.

Kompetensi wirausaha merupakan hal penting yang harus diupayakan pelaku usaha bagi bisnisnya, karena kompetensi kewirausahaan sangat penting bagi landasan suatu kegiatan bisnis sehingga akan banyak membantu dalam mempermudah pelaku usaha. Selain itu bukan hanya kompetensi kewirausahaan, adanya faktor lain yaitu mengenai kelanggengan usaha yaitu pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.4

Data Survei Awal Mengenai Kelanggengan Usaha

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA	TIDAK
1. Apakah anda memulai usaha tanpa bergantung dari pihak manapun?	25 84%	5 16%
2. Apakah anda ingin mengembangkan usaha anda?	10 34%	20 66%
3. Apakah anda akan tetap bertahan untuk usaha anda?	14 46%	16 54%
4. Apakah anda sudah menguasai terhadap bisnis anda?	23 76%	7 24%
KELANGGENGAN USAHA		

Sumber : Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil survei awal yaitu dari hasil tanggapan 30 responden dikawasan pakaian. 66% responden menyatakan mereka tidak bisa mengembangkan usahanya. Para pelaku usaha tidak mampu mengembangkan usahanya dikarenakan kurangnya inovasi dalam membuat produknya. Dan para pelaku usaha tidak ingin menciptakan produk baru lagi sehingga para pelaku usaha hanya fokus dengan produk yang sudah ada. Sehingga para pelaku usaha tidak mampu dalam mengembangkan usahanya.

Adapun masalah yang dihadapi Sentra Anak Pagarsih di Kota Bandung ialah Teknis pembuatan produk belum sesuai dengan desain yang ada, dari segi bentuk produknya masih belum bisa dikembangkan dan belum memiliki ide-ide kreatif sehingga belum bisa memenuhi keinginan para konsumen. Kurangnya inovasi dalam setiap produk yang di produksi, bukan hanya itu para pelaku usaha harus memiliki rancangan yang unik, dan juga para pelaku usaha harus lihai dalam memilih bahan dengan mutu yang baik agar tidak mudah rusak.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KELANGGEGAN USAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA SENTRA PAKAIAN ANAK PAGARSIH BANDUNG"**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi masalah

Setelah melakukan survei awal, penulis menemukan permasalahan -permasalahan pada sentra industri pakaian anak pagarsih diantaranya yaitu:

1. Industri Pakain anak pagarsih masih kurang dalam keterbatasan sarana dalam menciptakan produk baru dalam pembuatan desain produknya .
2. Industry pakaian anak pagarsih kurangnya inovasi dalam membuat produk
3. Industry pakaian anak pagarsih kurangnya dalam memiliki rancangan yang unik
4. Industry pakaian anak pagarsih memiliki ide-ide kreatif dalam membuat produknya

1.2.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada hal-hal yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden Tentang Kompetensi Kewirausahaan Pada Industri Pakaian Anak Pagarsih.
2. Bagaimana tanggapan responden Tentang kelanggengan usaha Pada Industri Pakaian Anak Pagarsih.
3. Bagaimana tanggapan responden Tentang Keunggulan Bersaing Pada Industri Pakaian Anak Pagarsih.
4. Seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing secara simultan maupun parsial pada Sentra Industri Pakaian Anak Pagarsih Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kelanggengan terhadap keunggulan bersaing. Tujuan yang ingin di capai dari hasil penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kompetensi pelaku usaha dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing di UKM pakaian anak Pagarsih di kota Bandung. Selain itu, untuk mengetahui data-data yang diperlukan mengenai kelanggengan usaha dan keunggulan bersaing terhadap sentra UMKM pakaian anak Pagarsih di kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang Kompetensi Kewirausahaan pada Industri pakaian anak pagarsih.

2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang Kelanggengan usaha pada Industri pakian anak pagarsih.
3. Untuk Mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Industri pakian anak pagarsih.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan kelanggengan usaha terhadap keunggulan bersaing pada Industri pakian anak pagarsih secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Bagi Sentra Pakaian Anak Pagarsih:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman dalam meningkatkan pengembangan produk sehingga dapat memperbaiki kinerja usaha sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi.

1.4.2 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan manfaat bagi para pembaca dan para penulis untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan yang ada terutama pembelian tidak terencana dan untuk melihat sejauh mana terdapat kesesuaian antara teori yang ada dan kenyataan yang sesungguhnya.

1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

