

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya seperti inovasi, budaya kohesif, atau pelaksanaan yang baik. Berdasarkan catatan Jumlah pelaku UMKM di Indonesia dilaporkan mencapai 49 juta dan diprediksi menyerap lebih dari 107 juta tenaga kerja. Kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi UMKM di Indonesia mencapai 61,41%, dengan jumlah UMKM hampir mencapai 60 juta Unit pada tahun 2018 (www.cnnindonesia.com).

Jika dilihat pengembangan serta pemberdayaan UMKM adalah langkah strategis dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), terlebih sektor ini memiliki peranan besar dalam menambah lapangan pekerjaan dan mendongkrak perekonomian Indonesia (www.pikiran-rakyat.com diakses pada tanggal 10 september 2018 pukul 20:30 WIB). Meski menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif, saat ini dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) pelaku sektor UMKM harus waspada dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk itu, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pun menargetkan peningkatan Produktivitas dan daya saing UMKM yang diharapkan dapat tumbuh hingga 20% per tahun (www.pikiran-rakyat.com diakses pada tanggal 10 september 2018 pukul 20:30 WIB).

Jawa Barat adalah salah satu tempat wisata yang memiliki daya tarik sendiri karena dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat Pemerintahan, Kota Pelayanan Jasa dan Perdagangan, Kota Tujuan Wisata, Kota Industri Kreatif, dan sektor fashionnya yang terkenal. Saat ini, UMKM banyak tersebar di berbagai Provinsi Indonesia tidak terkecuali pada Provinsi Jawa Barat.

Kota Bandung pada tahun 2017 memiliki 4 jumlah pengusaha UMKM paling banyak diantara Kota/Kabupaten lainnya, yaitu Kota/Kabupaten Bandung sebanyak 266 pengusaha, di Kota/Kabupaten Sukabumi terdapat 96 pengusaha, sementara di Kota/Kabupaten Tasikmalaya terdapat 90 pengusaha, dan di Kota/Kabupaten Subang terdapat 63 pengusaha. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa Kota Bandung memiliki jumlah pengusaha UMKM paling banyak diantara Kota/Kabupaten lainnya di Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung juga menjadi salah satu kota tujuan bagi para wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang tentu saja hal ini akan menambah pendapatan daerah Kota Bandung (www.ppid.bandung.go.id).

Berikut pada tabel 1.2 ditampilkan pertumbuhan jumlah unit UMKM di Kota Bandung pada tahun 2012 – 2017:

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung Tahun 2012-2017

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2012	3.291
2013	3.397
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung.

Berdasarkan data dari dinas Koperasi dan UMKM Jawa Barat hingga 2017 tercatat 4.077 wirausaha baru. Yang artinya sektor UMKM ini memang berhasil meningkatkan perekonomian. Terbukti pada krisis ekonomi pada tahun 2008 lalu, UMKM tetap bisa bertahan dan menjadi penentu stabilnya ekonomi nasional saat itu. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Bandung terus membina dan memberdayakan sektor ini melalui beberapa program, seperti perencanaan 100.000 wirausaha baru serta pengucuran Kredit Cinta Rakyat (KCR) yang di mulai sejak tahun 2011 (www.pikiran-rakyat.com diakses pada tanggal 10 september 2018 pukul 20:30 WIB).

UMKM yang cukup terkenal di Bandung yaitu UMKM sentra kawasan sepatu Cibaduyut yang berada di Jl Cibaduyut Raya Kota Bandung. Produk sepatu lokal ini tidak kalah saing dengan produk sepatu luar negeri, selain itu Sentra

Sepatu Cibaduyut ini sudah terkenal sejak tahun 1920 dan merupakan Sentra tertua yang ada di Kota Bandung. Bertempat di wilayah Kabupaten Bandung Selatan, Sentra Cibaduyut ini memiliki lokasi yang strategis, bagi para wisatawan dalam negeri dapat melalui jalur Bypass, tol Moh. Toha, atau bisa berhenti di Terminal Leuwi Panjang. Pasalnya banyak penggemar sepatu lokal ini dari segmen anak muda hingga orang tua. Diketahui data terakhir menurut Sub Unit Pengembangan Industri Kecil Menengah Persepatuan Cibaduyut mengatakan terdapat 577 unit usaha yang memproduksi berbagai jenis komoditi seperti, sepatu pria, sepatu wanita, sepatu pantovel, sandal, sepatu sport, sepatu anak, dll. Dengan kapasitas produksi setiap tahunnya mencapai 3.114.022 pasang dengan nilai investasi sebesar Rp. 19 Milyar. Tenaga kerja yang diserap sebanyak 3.008 jiwa yang terdapat di kawasan sentra sepatu ini (sumber sub unit pengembangan industri kecil menengah persepatuan cibaduyut, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat).

Dampak adanya perkembangan sentra industri kecil menengah persepatuan Cibaduyut telah menumbuhkan industri pendukung lainnya seperti tumbuhnya outlet sepatu, pusat perdagangan sepatu, toko/penjual bahan baku/bahan pembantu dan toko atau penjual produk-produk lainnya. Hal ini menjadikan unit usaha di Cibaduyut layak untuk menjalankan kegiatan bisnis di kawasan sentra sepatu Cibaduyut Bandung.

Sebagai sentra sepatu terbesar di kota Bandung, daerah Cibaduyut merupakan pusat penjualan sepatu yang sudah ada sejak lama, Banyak toko – toko maupaun pengrajin sepatu di cibaduyut seperti Garsel, Gareu, Oval dan Garuty,

De & Dy, dll membuktikan adanya persaingan yang begitu ketat. Sedangkan perusahaan yang ingin bertahan dari persaingan ketat di cibaduyut, maupun gempuran ekonomi global pada tahun 2015 mendatang dalam kerjasama masyarakat ekonomi asean (MEA) harus bisa menciptakan keunggulan bersaingnya menempatkan pada posisi yang menguntungkan baik melalui strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di tengah perdagangan bebas yang tingkat persaingannya sangatlah kuat.

Gambar 1.1
Grafik Pendapatan Pengarajin Sepatu Lokal Cibaduyut



Sumber: Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

Pada Gambar 1.1 tentang omset yang diperoleh oleh para pelaku usaha di sentra industri Cibaduyut, pada tahun 2018 mengalami penurunan jumlah pelaku usaha yang memperoleh omset pada kisaran Rp.1.000.000 sampai dengan Rp.99.999.999, yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar 96.53% menjadi

78.08% di tahun 2018. Namun para pelaku usaha yang memperoleh omset diatas Rp.100.000.000 mengalami kenaikan jumlah yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar 3.47% menjadi 21.92%. Hal tersebut memungkinkan para pelaku usaha yang memperoleh omset dibawah Rp.100.000.000 ada sebagian yang tidak melanjutkan usahanya dikarenakan omset yang diperoleh tidak mencukupi, namun ada pula yang mengalami perkembangan sehingga omset yang diperoleh mengalami kenaikan.

Dalam suatu usaha strategi kepemimpinan biaya harus dilakukan karena persaingan biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan membangun secara agresif fasilitas skala efisien atas pengurangan harga yang gencar. Biaya sering mengharuskan diferensiasi melalui standarisasi produk, pengurangan biaya umum, pemasaran dan sebagiannya. Hal yang belum dilakukan pada usaha industry cibaduyut yaitu penciptaan nilai (value creation) yang dimana perusahaan harus melakukan kolaborasi dengan pelanggan atau dengan orang-orang influencer yang memiliki brand-brand lokal yang artinya ada kejutan nilai yang sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga jika industry sepatu cibaduyut tidak memiliki brand lokal karna mereka akan terus tidak memiliki kemajuan dalam memproduksi. Rata-rata penguusaha tidak ingin mengambil resiko. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak Meizwar Piliang dan H. Agus Nurrohim sebagai pengusaha dan pemilik toko yang memproduksi sendiri mengenai strategi kepemimpinan biaya, beliau mengatakan bahwa harus lebih unggul dalam suatu industry , kurangnya promosi menjadi kendala yang dihadapi oleh UKM sentra sepatu Cibaduyut. Selain dilihat

dari sisi produksi sepatu banyak pesaing yang lainnya seperti tas, fashion dll yang akan menimbulkan persaingan semakin ketat. Dari hal ini banyak juga produksi yang datang dari buatan lokal mengakibatkan harga menjadi salah satunya padahal sepatu cibaduyut tidak kalah bersaing. Produk yang datang dari impor membuat harga sepatu jauh dibawah harga produk sepatu di cibaduyut.

Jika diperhatikan unsur dari atribut pada suatu produk seperti harga, kualitas, merk, design, label, kemasan, jaminan produk, image dan pelayanan sehingga dapat berimbas pada minat konsumen. Selain menjadi perusahaan yang memiliki strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi juga akan mendorong kinerja perusahaan menjadi lebih unggul pada UKM sentra sepatu Cibaduyut.

Menurut artikel Tiara Paslah Ada beberapa keadaan lingkungan yang dapat menguntungkan bagi perusahaan ketika akan menjalankan strategi kepemimpinan biaya ini. Ketika pembeli tidak ada diferensiasi nilai terlalu banyak dengan produk lain, pembeli cenderung sensitif terhadap harga, atau para pesaing tidak akan segera menyesuaikan harga lebih rendah (nelalui analisis teori permainan), maka situasi ini akan mendukung berjalannya strategi ini. Sebaliknya ketika tidak ada perubahan dalam selera konsumen, teknologi dan harga biaya, aktivitas yang diambil untuk mencapai biaya yang rendah sangat langka dan mahal untuk ditiru, maka strategi menjadi kurang efektif.

Perusahaan yang menjalankan strategi ini akan dapat melayani berbagai segmen industry atau mungkin beberapa industry. Sumber keuntungan biaya dapat diperoleh sebagai sumber skala ekonomis, teknologi eksklusif atau akses ke bahan baku. Produser yang low-cost sering menjual produk standard melakukan

penekanan skala eksploitasi dan memanfaatkan keunggulan biaya absolute.

(<https://goodmaterialku.blogspot.com/2016/06/tujuan-strategi-kepemimpinan-biaya.html>)

Untuk memperkuat fenomena diatas peneliti melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner awal ke 30 responden. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2
Survei Awal Strategi Kepemimpinan Biaya

No.	Pertanyaan	Ya	Persentasi %	Tidak	Presentasi %
Strategi Kepemimpinan Biaya					
1.	Apakah perusahaan anda sulit mendapatkan bahan baku dan harga bahan baku yang anda peroleh sangat mahal.	21	70 %	9	30 %
2.	Apakah dalam perusahaan anda pernah mencari cara untuk menurunkan biaya produksi.	11	36,7 %	19	63,3 %
3.	Apakah dalam pemasaran produk anda menawarkan harga yang kompetitif	17	56,7 %	13	43,3 %

Sumber: Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti pada wawancara

Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 70% menjawab ya bahwa perusahaannya sulit mendapatkan bahan baku dan harga bahan baku yang diperoleh sangat mahal. dan sebanyak 30% menjawab tidak bahwa perusahaannya sulit mendapatkan bahan baku dan harga yang diperoleh sangat mahal. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu kurang berinovasi pada produk karna kurangnya bahan baku. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 36,7% menjawab ya bahwa perusahaan pernah menurunkan biaya produksi dan sebanyak 63,3% menjawab tidak bahwa perusahaan tidak pernah menurunkan biaya produksi. Hal ini

menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu kurang memperhatikan bagian produksi. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 56,7% menjawab ya bahwa dalam pemasaran harga produk yang ditawarkan sangatlah kompetitif dan sebanyak 43,3% menjawab tidak bahwa dalam pemasaran harga produk yang ditawarkan tidak kompetitif. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu biaya yang tinggi mempengaruhi suatu pemasaran pada usaha sepatu di cibaduyut.

Jika dilihat untuk memelihara dengan menjalankan strategi usaha melalui penambahan kapasitas, pendirian pabrik baru, dan integrasi vertikal maupun industri agar dapat menghasilkan diferensiasi yang lebih luas dan bernilai tambah dengan volume yang lebih besar untuk dapat memenuhi kebutuhan domestik yang terus bertambah dimana perusahaan akan memiliki target pada penjualannya.

Terobosan yang dilakukan Chandra Asri antara lain membangun pabrik butadiene yang merupakan satu-satunya di Indonesia hingga sekarang. Selain itu, mendirikan perusahaan patungan dengan produsen ban internasional Michelin untuk mendirikan pabrik karet sintetis (styrene butadiene rubber) yang akan beroperasi pada semester kedua tahun ini, sekaligus merupakan pabrik pertama di Indonesia. Pabrik ini akan memproduksi bahan baku ban ramah lingkungan (eco tyres).

Menurut, Erwin, perseroan fokus menjalankan bisnis yang berkelanjutan. Chandra Asri berinovasi dan berupaya memperkuat posisinya dengan memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan dan menitikberatkan triple bottom

line keberlanjutan. “Upaya ini untuk meminimalkan dampak operasional terhadap kelangsungan hidup masyarakat dan lingkungan,” paparnya. (www.swa.co.id)

Untuk memperkuat fenomena diatas peneliti melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner awal ke 30 responden. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.3
Survei Awal Diferensiasi

No.	Pertanyaan	Ya	Persentasi %	Tidak	Presentasi %
Diferensiasi					
4	Apakah anda memiliki target untuk produk yang di tawarkan	20	66,7 %	10	33,3 %
5	Apakah produk yang anda jual menggunakan sistem iklan dalam pemasaran	5	16,7 %	25	83,3 %
6	Apakah perusahaan anda menggunakan merk yang kuat dalam produksi	8	26,7 %	22	73,3 %

Sumber: Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti pada wawancara

Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 66,7% menjawab ya bahwa perusahaan memiliki target untuk produk yang ditawarkan dan sebanyak 33,3% menjawab tidak perusahaan tidak memiliki target untuk produk yang ditawarkan. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu memiliki target untuk produk yang ditawarkan . Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 16,7% menjawab ya bahwa produk yang dijual menggunakan sistem iklan dalam pemasaran dan sebanyak

83,3% menjawab tidak bahwa tidak semua perusahaan menggunakan sistem iklan dalam pemasarannya. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu kurang menggunakan iklan dalam pemasarannya. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 26,7% menjawab ya bahwa perusahaan menggunakan merk yang kuat dalam produksi dan sebanyak 73,3% menjawab tidak menggunakan merk yang kuat dalam produksi. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha tidak menggunakan merk yang kuat dalam produksi.

Dapat dilihat suatu usaha akan memiliki kinerja perusahaan apabila perusahaan dinilai memiliki kinerja yang baik dan didukung oleh terciptanya tata kelola yang baik. Kinerja perusahaan akan memiliki suatu imbalan atau jasa dalam bentuk kompensasi. Perubahan lingkungan bisnis akan terjadi setiap saat, umumnya berupa gerak perubahan dari salah satu atau gabungan faktor-faktor yang terjadi pada kinerja perusahaan lingkungan luar perusahaan, baik pada skala nasional, regional maupun global. Sebagian dari dampak yang mereka timbulkan banyak terbukti telah mempengaruhi datangnya berbagai kesempatan usaha (business opportunities), tetapi banyak pula rekaman contoh kasus dari faktor eksternal ini yang menjadi kendala dalam berusaha (business threats and constraints).

Kita sering mendengar bagaimana perusahaan yang memiliki sistem organisasi yang baik dengan dukungan visi, misi dan rencana aksi business plan yang terencana tidak menjamin sukses dalam meraih laba. Bahkan banyak

perusahaan ini mengalami penurunan dalam kinerja perusahaan hanya karena kesalahan dalam menafsirkan skenario dan asumsi pengaruh lingkungan luar tersebut. Memasuki era liberalisasi dan globalisasi pada abad ke 21, para pimpinan perusahaan tidak dapat mengabaikan begitu saja perubahan-perubahan yang terjadi di sekeliling mereka, terutama jika mereka ingin meraih kemenangan.

Semakin kukuhnya gejala globalisasi pasar dunia yang dipengaruhi langsung oleh berbagai kebijakan liberalisasi perdagangan dan investasi di Asia Pasifik, banyak membuka kesempatan berusaha bagi produsen domestik dan investor modal asing. Meluasnya jaringan organisasi dan komunikasi perusahaan global beberapa tahun sebelum terjadinya krisis perekonomian dunia, terbukti telah memberikan berbagai kesempatan berusaha bagi perusahaan-perusahaan swasta domestik di Indonesia dalam bentuk kerjasama usaha patungan (*joint ventures*) dan waralaba (*franchising*).<https://businessenvironment.wordpress.com>

Untuk memperkuat fenomena diatas peneliti melakukan survey awal dengan menyebarkan kuesioner awal ke 30 responden. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.4
Survey Awal Kinerja Perusahaan

No.	Pertanyaan	Ya	Persentasi %	Tidak	Presentasi %
Kinerja Perusahaan					
7	Apakah perusahaan anda melakukan kegiatan perbaikan secara sistematis	11	36,7 %	19	63,3 %
8	Apakah perusahaan anda melakukan evaluasi pada setiap proses penjualan	17	56,7 %	13	43,3 %
9	Apakah perusahaan anda memiliki persiapan usaha yang dilakukan secara logis untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya	7	23,3 %	23	76,7 %

Sumber: Hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti pada wawancara

Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 36,7% menjawab ya bahwa perusahaan melakukan kegiatan perbaikan secara sistematis dan sebanyak 63,3% menjawab tidak penjualan sepatu di perusahaan melakukan kegiatan perbaikan secara sistematis. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu karna tidak semua usaha melakukan kegiatan perbaikan seacara sistematis. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 56,7% menjawab ya bahwa perusahaan melakukan evaluasi pada setiap sistem penjualan dan sebanyak 43,3% menjawab tidak bahwa perusahaan melakukan evaluasi pada setiap sistem penjualan. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu melakukan evaluasi pada setiap sistem penjualan. Berdasarkan survei awal kepada 30 responden, yang merupakan pengusaha sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut, sebanyak 23,3% menjawab ya bahwa perusahaan anda memiliki persiapan usaha yang dilakukan

secara logis untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dan sebanyak 65% menjawab tidak bahwa perusahaan anda memiliki persiapan usaha yang dilakukan secara logis untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha di sentra industri sepatu perusahaan anda memiliki persiapan usaha yang dilakukan secara logis untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari hasil survey awal Umumnya, masalah dasar yang dihadapi UKM Sepatu Cibaduyut Bandung adalah Strategi Kepemimpinan Biaya dan Diferensiasi terhadap Kinerja Perusahaan. Menurut hasil observasi dengan beberapa pengusaha sepatu di cibaduyut adalah:

- Tingginya harga bahan baku dan sulit didapat membuat harga sepatu berbahan dasar kulit menjadi mahal.
- Tingginya biaya produksi yang pengerjaannya masih menggunakan cara manual membuat harga sepatu menjadi mahal.
- Pemasaran yang kurang baik.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sentra sepatu cibaduyut mengalami penurunan kelangkaan atas bahan baku yang berpengaruh terhadap biaya produksi Kurang tanggapnya pengusaha untuk menciptakan keunikan pada produk yang dihasilkan, menjadi masalah dasar yang dihadapi UKM sepatu cibaduyut. Menurut observasi yang dilakukan penulis kepada pengusaha sepatu cibaduyut. Kurangnya inovasi produk, sehingga produk yang ada terlihat biasa dan tidak memiliki keunikan sendiri . Perbedaan harga yang relatif tinggi kurang modal dan pengetahuan tentang penggunaan mesin.

Selain itu, terdapat juga masalah mengenai kinerja perusahaan yang adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis pada pengusaha sepatu cibaduyut. Dengan banyak kompetitor dan biaya produksi yang tinggi mempengaruhi penurunan tingkat penjualan.

Penurunan penjualan yang dialami berdampak pada menurunnya profit perusahaan. Minimnya modal seringkali menjadi alasan pengusaha. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada sejumlah pemilik toko sekaligus pengrajin sepatu yang berada di daerah Cibaduyut. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut sebagai bahan dalam penulisan skripsi dengan judul :

“PENGARUH STRATEGI KEPEMIMPINAN BIAYA DAN DIFERENSIASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (SURVEY PADA UKM SEPATU CIBADUYUT DI BANDUNG)”.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan dari hasil survey awal bahwa dapat ditemukan masalahnya, serta untuk memberi batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah ditetapkan sebagai berikut :

Harga bahan baku yang tinggi, penurunan produksi dan pemasaran yang kurang baik menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

Kemudian Proses produksi yang tidak menggunakan mesin, harga yang

tinggi dan produk tidak berbeda (unik) menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut. Kualitas produk, penurunan penjualan dan investasi yang belum kembali menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi kepemimpinan biaya pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
2. Bagaimana diferensiasi pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
3. Bagaimana kinerja perusahaan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
4. Bagaimana pengaruh strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan sehingga sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Pengaruh Strategi Kepemimpinan Biaya dan Diferensiasi terhadap Kinerja Perusahaan. untuk kemudian di teliti.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi kepemimpinan biaya pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
2. Untuk mengetahui Bagaimana diferensiasi pada UKM di sentra sepatu

Cibaduyut.

3. Untuk mengetahui Bagaimana kinerja perusahaan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
4. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan ilmu ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Kegunaan penelitian bagi perusahaan adalah memberikan sebuah informasi berupa data yang telah diolah, yang diharapkan dapat memberikan perubahan yang lebih baik dengan menggunakan strategi bisnis yang tepat diharapkan dapat meningkatkan kesuksesan bagi perusahaanya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan usulan penelitian untuk skripsi ini, penulis melakukan Penelitian dilakukan pada UKM di sentra sepatu cibaduyut Jl. Cibaduyut Raya Bandung.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Agustus 2019. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.6
Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Uraian	WAKTU KEGIATAN																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■																							
2	Melakukan Penelitian		■																						
3	Mencari Data			■	■																				
4	Membuat Proposal				■																				
5	Seminar				■																				
6	Revisi					■	■	■																	
7	Penelitian Lapangan								■	■	■	■	■	■	■	■	■								
8	Bimbingan												■	■	■	■	■	■	■	■					
9	Sidang																					■	■	■	■

