

BAB 1

1.1 PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini sudah tidak asing terdengar lagi kata globalisasi. Globalisasi pada saat ini sudah menjadi ungkapan yang biasa dalam masalah ekonomi. Hal ini sering terungkap dalam percakapan kehidupan kita sehari-hari dan dapat dilihat dari banyak pihak yang beralih ke dunia wirausaha. Perubahan ini dikarenakan semakin berkurangnya jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia sehingga membuat masyarakat memilih untuk berwirausaha dengan mendirikan suatu UMKM. Pada Undang-undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan titik keseimbangan nasional. Usaha Kecil Menengah telah mendapatkan perhatian lebih, dikarenakan perkembangan yang semakin cepat dan merupakan satu dari beberapa pelaku ekonomi yang mempunyai peran. Kedudukan serta potensi yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi baik secara regional maupun nasional. Selain itu, daya tahan dengan krisis sudah membuktikan UKM sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter yang berkepanjangan.

Di Kota kembang sendiri yaitu Kota Bandung keberadaan UMKM membawa pengaruh yang cukup tinggi. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota

Bandung Atet Dendi Handiman mengatakan, peningkatan dinilai berdasarkan hasil omset yang dibukukan 300 UMKM binaannya yang meningkat sampai 3 kali lipat di saat Covid 19 turun kasus penyebarannya. Di tahun 2021 akhir, ada peningkatan lumayan. Ada sekitar 300 UMKM yang Dinas UMKM dampingi itu omsetnya dari semula Rp 3 miliar menjadi Rp10 miliar. Sektor yang mengalami peningkatan paling signifikan yaitu yang bergerak di sektor fashion dan kuliner, dimana saat pandemi kemarin sempat mengalami masa terpuruk. Bahkan menurut Atet, selama masa pandemi kemarin banyak pihak UMKM di Kota Bandung yang mengurus perizinan baik pengajuan baru maupun shifting atau perubahan jenis usaha.

Tabel 1.1

Data Pertumbuhan UMKM Kota Bandung

Tahun	Klasifikasi Usaha			Total	Tenaga Kerja	Jenis Usaha					
	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah			Fashion	Handicraft	Jasa	Kuliner	Lainnya	Perdagangan
2010	22	0	0	22	28	7	1	3	5	2	4
2011	0	1	0	1	14	0	0	1	0	0	0
2012	3	0	0	3	1	0	0	0	3	0	0
2014	2	0	0	2	3	0	0	1	1	0	0
2015	8	0	0	8	17	1	0	1	6	0	0
2016	15	0	0	15	25	2	2	0	7	1	3
2017	48	1	0	49	137	7	8	2	24	2	6
2018	41	0	0	41	92	6	2	0	27	0	6
2019	64	1	0	65	156	11	9	3	33	4	5
2020	130	0	0	130	172	14	5	3	63	10	35
2021	1813	7	1	1821	2850	259	68	115	819	83	477
2022	292	4	0	296	824	50	26	21	152	17	30
TOTAL	2438	14	1	2453	4319	357	121	150	1140	566	119

Sumber : Dinas UMKM Kota Bandung

Dapat disimpulkan dari tabel 1.1 angka Pertumbuhan UMKM di kota Bandung selalu meningkat disetiap tahunnya, Pertumbuhan tersebut dapat meningkatkan angka pertumbuhan perekonomian dari bidang UMKM atau usaha mikro. Selain itu pertumbuhan para UMKM dari tahun 2018 sampai tahun 2022 memiliki peningkatan yang baik, akan menjadi pendorong wirausaha tumbuh dan terjadinya perluasan lapangan pekerjaan di kota Bandung. Menurut Suryana (2006) dalam Raeni Dwi Santy (2018) berpendapat bahwa "Ketentuan kewirausahaan dalam bentuk pengetahuan dan keterampilan perlu dimiliki. Menurut Eddy Soeryanto soegoto (2009) dalam Trustorini Handayani (2017) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaanya unggul.

Ada kalanya untuk dapat memenangkan kompetisi dalam bisnis, diperlukan pembeda dengan produk atau layanan yang ada dipasar, selain promosi, dan juga segmentasi pasar. Hal tersebut ibarat dua mata rantai yang saling berkaitan. Diferensiasi mempermudah ajang promosi dan segmentasi. Diferensiasi produk adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen (Griffin,2014). Perbedaan ini untuk membuat produk yang lebih unik dan menarik, dan pastinya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Banyaknya produk sejenis, mengharuskan memiliki pembeda agar dapat menarik konsumen. Dengan demikian, dapat meningkatkan penjualan dan tentunya keuntunganpun akan bertambah. Adanya diferensiasi dalam produk menjadikan lebih banyak

untuk mempengaruhi perkembangan bisnis yang dilakukan. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh pada peningkatan penjualan dan keuntungan. Oleh sebab itu, bagi para pelaku usaha penting untuk melakukan hal tersebut. Diferensiasi akan menciptakan segmentasi pasar, dan tentunya lebih mudah dalam meningkatkan penjualan dan melakukan strategi pemasaran. Dengan demikian, hal tersebut merupakan satu mata rantai yang utuh dalam ruang lingkup bisnis.

Selain diferensiasi produk yang bisa menentukan bersaingnya produk tersebut secara terus menerus kemudian ada orientasi kewirausahaan juga yang sangat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko. Menurut Cynthia Vanessa Djodjobo *et al*, (2014). Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi. Pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari ini para pelaku usaha masih tidak berani untuk mengambil risiko. Untuk sebagian pelaku usaha ada yang masih menggunakan bahan kain yang tergolong murah agar bisa menjual dengan harga murah, sedangkan ada pelaku usaha yang berani untuk menggunakan bahan kain bagus walaupun harga jual menjadi tidak murah.

Menurut Philip Kotler (2013) mendefinisikan daya saing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Pada kenyataannya untuk dapat bersaing tidaklah mudah. Pelaku usaha

fashion di Kecamatan Rancasari masih tidak dapat bersaing dalam hal harga. Pelaku usaha yang menggunakan bahan kain yang lebih murah dapat menjual produk dengan harga yang murah juga, sedangkan pelaku usaha yang menggunakan bahan kain yang lebih mahal maka menjual produk dengan harga yang lebih mahal juga. Hal ini juga mempengaruhi kualitas produk yang belum unggul dari pesaing.

Sehubungan dengan hal tersebut penulis melakukan survey awal dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden Pelaku Usaha bidang Fashion yang ada pada Kecamatan Rancasari.

Tabel 1.3

Survey Awal Diferensiasi Produk UMKM Fashion Di Kecamatan Rancasari

No	Pertanyaan	Jawaban		Jawaban	
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah produk yang anda jual memiliki jenis produk yang berbeda dari pesaing anda	12	40%	18	60%
2	Apakah produk yang anda jual memiliki harga yang bersaing	17	57%	13	43%
3	Apakah produk yang anda jual memiliki daya tahan pemakaian untuk jangka waktu yang lama	18	60%	12	40%
4	Apakah produk yang ada jual memiliki gaya/style yang berbeda dari pesaing anda	14	47%	16	53%
5	Apakah produk yang anda jual memiliki rancangan/design yang berbeda dari pesaing anda	14	47%	16	53%

Dari survey awal diatas menunjukkan pelaku UMKM masih kalah dalam jenis produk yang mereka jual dan masih kurang mampu untuk bersaing dengan pesaing. Perbedaan disini terjadi dikarenakan adanya perbedaan inovasi design dan style yang dipakai, ada yang menggunakan design yang sudah umum di pasaran dan ada yang menggunakan design terbaru yang di rancang sendiri. Perbedaan inovasi design atau style dikarenakan beberapa pelaku usaha kurang ahli dalam membuat rancangan atau gaya sendiri sehingga mereka mengikuti yang sudah umum di pasaran. Pelaku usaha lebih memilih design atau style yang sudah umum di pasaran di karenakan untuk menghindari kerugian karena konsumen sudah pasti membeli design atau style yang sedang ramai di pasaran.

Tabel 1.4

Survey Awal Orientasi Kewirausahaan UMKM Fashion Di Kecamatan

Rancasari

No	Pertanyaan	Jawaban		Jawaban	
		Ya	Persentas	Tidak	Persentas
1	Apakah anda sudah berinovasi terhadap usaha / produk yang anda jual	14	47%	16	53%
2	Apakah anda berani mengambil keputusan untuk usaha anda	17	57%	13	43%
3	Apakah anda memiliki cara pandang/cara pikir yang berorientasi pada masa depan usaha anda	16	53%	14	47%

Menurut survey awal orientasi kewirausahaan diatas menunjukan pelaku usaha yang kurang dalam berinovasi dikarenakan memilih jenis produk yang sudah umum di pasaran untuk menghindari kerugian. Pelaku usaha lebih memilih menggunakan design atau style yang sudah umum di pasaran karena sudah pasti konsumen mencari yang sedang ramai di pasaran. Jika menggunakan design atau style yang tidak umum di pasaran pelaku usaha takut tidak laku dan mengalami kerugian.

Tabel 1.5

Survey Awal Daya Saing Pada UMKM Fashion Di Kecamatan Rancasari

No	Pertanyaan	Jawaban		Jawaban	
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Tingkat harga yang ditawarkan bersaing	17	57%	13	43%
2	Apakah anda menunjukkan kualitas produk yang lebih unggul dari produk pesaing	16	53%	14	47%
3	Apakah anda menciptakan produk yang unik/terbaru agar produk lebih diingat konsumen	14	47%	16	53%

Berdasarkan survey diatas pelaku usaha kurang meciptakan produk yang unik atau terbaru di pasaran karena pelaku usaha lebih memilih produk yang sudah umum sehingga menghindari kerugian jika produk kurang diminati di pasaran.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang diatas tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul :

**“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING PADA UMKM
FASHION DI KECAMATAN RANCASARI KOTA BANDUNG”**

1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, mengenai penelitian tentang pengaruh Diferensiasi Produk Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari Kota Bandung. Maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terjadi, sebagai berikut :

1. Diduga sebagian UMKM fashion di Kecamatan Rancasari Kota Bandung menganggap menjual produk dengan konsep one stop shopping menjadi pembeda dengan pesaing.
2. Diduga Para UMKM fashion Di Kecamatan Rancasari Kota Bandung kurang sikap agresif untuk mengungguli para pesaing dalam hal inovasi produk.
3. Diduga para UMKM fashion Di Kecamatan Rancasari Kota Bandung Kurangnya keberanian dalam membuat produk yang unik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hal – hal yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka penulis memutuskan beberapa hal untuk diangkat menjadi rumusan masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana diferensiasi produk pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

2. Bagaimana orientasi kewirausahaan pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

3. Bagaimana daya saing pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

4. Seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing baik secara parsial maupun simultan

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di Kecamatan Rancasari yang akan di gunakan dalam rangka penyusunan penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui diferensiasi produk pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

2. Untuk mengetahui orientasi kewirausahaan terhadap UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

3. Untuk mengetahui daya saing pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di Kecamatan Rancasari

1.4 Keunggulan Penelitian

Penelitian terhadap pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di Kecamatan Rancasari diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan untuk pengembangan UMKM fashion di Kecamatan Rancasari dalam menentukan langkah dan kebijakan usaha khususnya dalam menentukan penerapan pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing di Kecamatan Rancasari , sehingga UMKM dapat terus bertahan dan berkembang.

1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing melalui penelitian pada UMKM fashion di Kecamatan Rancasari dan perkuliahan yang sudah dilakukan di Universitas Komputer Indonesia.

2. Bagi Peneliti Lain

Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh diferensiasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing.

3. Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi penambah referensi perpustakaan bagi Universitas Komputer Indonesia dan Program studi Manajemen,

1.5 Lokasi dan Waktu

Untuk memperoleh data dan informasi penulis maka melakukan penelitian pada Kecamatan Rancasari Kota Bandung.

No	Uraian	Waktu Kegiatan											
		Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survei tempat penelitian	■	■	■	■								
2	Melakukan penelitian					■	■	■	■				
3	Mencari data					■	■	■	■				
4	Membuat Proposal					■	■	■	■				
5	Seminar												