BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan unit usaha yang dikelola oleh kelompok masyarakat maupun keluarga yang mayoritas pelaku bisnis Indonesia. Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, dan UU No. 20 Tahun 2008.Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menegkop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Peranan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam perekonomian nasional sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari pembangunan ekonomi nasional, karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Krisis ekonomi yang diawali dengan krisis moneter yang terjadi di Indonesia menunjukkan bahwa UKM relatif lebih bertahan dalam menghadapi krisis tersebut, daripada usaha skala besar yang mengalami kebangkrutan.

Banyak sekali UKM yang ada di Kota Bandung, Salah satunya adalah sentra pusat UKM Boneka Kain yang ada di jalan Sukamulya, kelurahan Sukagalih, kecamatan Sukajadi. Disitu lebih dari 200 jenis boneka diproduksi, mulai dari yang kecil hingga yang besar.

Sentra pusat boneka kain dijalan Sukamulya Kelurahan Sukagalih Kecamatan Sukajadi berdiri sekitar tahun 1986, ada tiga orang pelopor berdirinya kerajinan boneka yaitu H. Cecep Dargawan, H. Dede Suhana, dan Cecep Hidayat. Asal mulanya mereka hanya memproduksi boneka berbentuk panda saja mulai dari ukuran yang kecil hingga besar, tapi setelah mulai bertambah dan berkembangnya para pengusaha boneka, inovasi produk boneka pun muncul.

Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi usaha kecil dan menengah seperti kerajinan boneka kain sendiri keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk baru berarti usaha mereka tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian pengusaha boneka kain dalam mengenali selera pelanggannya sehingga

pengembangan inovasi produk yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Dengan demikian pengembangan inovasi produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat.

Dengan adanya produk yang beragam dan inovasi produk terus menerus serta adanya keunggulan biaya dalam arti biaya yang rendah dibandingkan produsen industri lainnyadan kualitas yang bagus usaha boneka ini menjadi terkenal dan produknya laris dipasaran, ditandai dengan penjualan yang meningkat dan mengakibatkan keunggulan bersaing.

Agar menang dalam suatu persaingan maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada inovasi produk saja, tetapi juga tergantung dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Terkait dengan strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu orientasi pasar.

Berdasarkan survey awal dan pengumpulan data yang di peroleh dari Kelurahan Sukagalih, dapat diketahui jumlah pengusaha boneka kain di Sukamulya Bandung sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Pengusaha Boneka Kain

No	Tahun	Jumlah pengusaha
1	1986	3 pengusaha
2	1987	57 pengusaha
3	2002	57 pengusaha
4	2009	13 pengusaha
5	2012	12 pengusaha

Sumber: data kelurahan Sukagalih dan Hasil wawancara dengan Ibu Martini Widyaningsih, SE. selaku Kasie Ekonomi Pembangunan dan Lingkungan hidup pada 12 April 2012

Dari data diatas diketahui bahwa adanya penurunan jumlah pengusaha boneka kain yang sangat drastis dari tahun 2002-2012. Setelah melakukan wawancara dengan 12 pengusaha boneka kain yang masih bertahan sampai sekarang, diketahui penyebab penurunan dari jumlah pengusaha boneka, yaitu : Pertama, karena krisis ekonomi yakni lumpuhnya kegiatan ekonomi karena semakin banyak perusahaan yang tutup dan meningkatnya jumlah pekerja yang menganggur, sehingga terjadinya krisis moneter adalah dimana merosotnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS yang sangat tajam, yang terjadi pada tahun 1998 masih berdampak buruk bagi pengusaha boneka sampai sekarang.

Kedua, karena Orientasi Pasar yang lebih fokus pada orientasi pelanggan,.Narver dan Slater (1995) dalam Muniya Alteza (2004 : 63) ‘‘orientasi pasar adalah sebagai budaya yang meliputi (1) menempatkan prioritas tertinggi pada usaha menciptakan dan memelihara *superior costumer* dengan memperhatikan kepentingan berbagai pihak lain; dan (2) menyediakan norma perilaku sebagai respon terhadap informasi pasar’’.

Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap target buyer sehinggan dapat menciptakan *superior value* kepada mereka secara terus menerus. Untuk itu dibutuhkan pemahaman pemasar terhadap keseluruhan rantai nilai konsumen, tidak hanya saat ini tetapi juga dalam perkembangannya seiring dinamika kondisi internal pasar. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung pelanggan menginginkan boneka kain yang sesuai dengan trend pada tahunnya, sehingga para pengusaha boneka kain hanya memproduksi boneka sesuai pesanan

(sesuai dengan desain dan jumlah unit yang telah disepakati), apabila dilakukan produksi yang berlebihan, para pengusaha boneka khawatir kalau boneka yang telah diproduksi tidak laku dan mempengaruhi omzet perusahaan, dalam kata lain para pengusaha boneka tidak berani mengambil risiko.

Ketiga, karena Inovasi produk yang lebih fokus pada inovasi teknis.

Menurut Wahyono (2002 : 28) “inovasi produk diartikan sebagai suatu terobosan yang berkaitan dengan penciptaan produk-produk baru”.

Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk baru. Dimana teknologi atau peralatan yang dipakai oleh perusahaan selalu diperbaharui atau sudah modern, karena hal tersebut sangat berperan penting untung menciptakan produk yang unggul dan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam tahap produksinya. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung peralatan yang dipakai dalam memproduksi boneka kain masih sangat sederhana, yaitu :

a. Mempola

   Menggambar secara manual desain boneka yang akan diproduksi, tidak menggunakan komputer.

b. Memotong kain

   Memotong kain sesuai dengan pola yang telah ditentukan dengan gunting, tanpa menggunakan mesin untuk memotong kain.

c. Menjahit

Masih ada beberapa pengusaha boneka kain yang masih menggunakan mesin jahit biasa, bukan mesin jahit listrik ataupun mesin jahit bordir.

d. Pengisian Boneka

Pengisian boneka kain dilakukan dengan cara menaruh kertas atau bahan sisa kain sesuai dengan desain dan bahan yang digunakan.

e. Finishing

Setelah pengisian boneka dilakukan, untuk menutup bagian dari boneka yang masih terbuka, bagian tersebut dijahit menggunakan jarum tangan. Setelah itu penempelan aksesoris tambahan dengan menambahkan lem sebagai perekat, dan boneka dibungkus dengan plastik sesuai dengan ukuran boneka.

Keempat, karena keunggulan bersaing yang lebih berfokus pada kualitas produk. Menurut Droge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006) "Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya".

Kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung para pengusahanya tidak memiliki modal usaha yang lebih dan tidak mendapatkan pinjaman dari pemerintah bahkan dari Bank atau lembaga lainnya, sehingga para pengusaha boneka kain menggunakan

bahan baku kain lokal yang harganya lebih terjangkau dibandingkan bahan baku kain impor.

Meskipun demikian, keberadaan sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung tetap harus dipertahankan mengingat boneka adalah salah satu yang disukai oleh masyarakat atau pelanggan khususnya anak-anak. Para pengusaha boneka harus tetap didorong sehingga memiliki keunggulan bersaing yang kuat. Dari penjelasan tersebut Sehingga penulis menentukan judul peneltian ***"Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Ukm Boneka Kain di Sukamulya Bandung".***

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari data diatas diketahui bahwa adanya penurunan jumlah pengusaha boneka kain yang sangat drastis dari tahun 2002-2012. Setelah melakukan wawancara dengan 12 pengusaha boneka kain yang masih bertahan sampai sekarang, diketahui penyebab penurunan dari jumlah pengusaha boneka, yaitu : Pertama, karena krisis ekonomi yakni lumpuhnya kegiatan ekonomi karena semakin banyak perusahaan yang tutup dan meningkatnya jumlah pekerja yang menganggur, sehingga terjadinya krisis moneter adalah dimana merosotnya nilai tukar rupiah terhadap dollar AS yang sangat tajam, yang terjadi pada tahun 1998 masih berdampak buruk bagi pengusaha boneka sampai sekarang.

Kedua, karena Orientasi Pasar yang lebih fokus pada orientasi pelanggan,.Narver dan Slater (1995) dalam Muniya Alteza (2004 : 63) “orientasi pasar adalah sebagai budaya yang meliputi (1) menempatkan prioritas tertinggi pada usaha menciptakan dan memelihara *superior costumer* dengan memperhatikan kepentingan berbagai pihak lain; dan (2) menyediakan norma perilaku sebagai respon terhadap informasi pasar”.

Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap target buyer sehinggan dapat menciptakan *superior value* kepada mereka secara terus menerus. Untuk itu dibutuhkan pemahaman pemasar terhadap keseluruhan rantai nilai konsumen, tidak hanya saat ini tetapi juga dalam perkembangannya seiring dinamika kondisi internal pasar. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung pelanggan menginginkan boneka kain yang sesuai dengan trend pada tahunnya, sehingga para pengusaha boneka kain hanya memproduksi boneka sesuai pesanan (sesuai dengan desain dan jumlah unit yang telah disepakati), apabila dilakukan produksi yang berlebihan, para pengusaha boneka khawatir kalau boneka yang telah diproduksi tidak laku dan mempengaruhi omzet perusahaan, dalam kata lain para pengusaha boneka tidak berani mengambil risiko.

Ketiga, karena Inovasi produk yang lebih fokus pada inovasi teknis.

Menurut Wahyono (2002 : 28) “inovasi produk diartikan sebagai suatu terobosan yang berkaitan dengan penciptaan produk-produk baru”. Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk baru. Dimana teknologi atau peralatan yang dipakai oleh perusahaan selalu diperbaharui atau sudah modern,

karena hal tersebut sangat berperan penting untung menciptakan produk yang unggul dan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam tahap produksinya. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung peralatan yang dipakai dalam memproduksi boneka kain masih sangat sederhana, yaitu :

a. Mempola

   Menggambar secara manual desain boneka yang akan diproduksi, tidak menggunakan komputer.

b. Memotong kain

   Memotong kain sesuai dengan pola yang telah ditentukan dengan gunting, tanpa menggunakan mesin untuk memotong kain.

c. Menjahit

   Masih ada beberapa pengusaha boneka kain yang masih menggunakan mesin jahit biasa, bukan mesin jahit listrik ataupun mesin jahit bordir.

d. Pengisian Boneka

   Pengisian boneka kain dilakukan dengan cara menaruh kertas atau bahan sisa kain sesuai dengan desain dan bahan yang digunakan.

e. Finishing

   Setelah pengisian boneka dilakukan, untuk menutup bagian dari boneka yang masih terbuka, bagian tersebut dijahit menggunakan jarum tangan. Setelah itu penempelan aksesoris tambahan dengan menambahkan lem sebagai perekat, dan boneka dibungkus dengan plastik sesuai dengan ukuran boneka.

Keempat, karena keunggulan bersaing yang lebih berfokus pada kualitas produk. Menurut Droge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006) “Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimilikinya”.

Kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing. Pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung para pengusahanya tidak memiliki modal usaha yang lebih dan tidak mendapatkan pinjaman dari pemerintah bahkan dari Bank atau lembaga lainnya, sehingga para pengusaha boneka kain menggunakan bahan baku kain lokal yang harganya lebih terjangkau dibandingkan bahan baku kain impor.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana orientasi pasar pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
2. Bagaimana inovasi produk pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
3. Bagaimana keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh simultan antara orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sentra ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh secara parsial antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh secara parsial antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai sumber informasi untuk diolah dan dianalisis, untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan keunggulan bersaing.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui orientasi pasar pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
2. Untuk mengetahui inovasi produk pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan antara orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sentra pusat ukm boneka kain di Sukamulya Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

- Bagi Perusahaan

  Membantu pengusaha boneka dalam memahami dan meningkatkan orientasi pasar, meningkatkan inovasi produk, dan meningkatkan keunggulan bersaing pengusaha boneka kain.

- Bagi Penulis

  Memenuhi persyaratan akademik dalam menempuh jenjang Strata satu yang diwajibkan oleh Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

- Bagi Perguruan Tinggi

  Skripsi ini diharapkan menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi sivitas akademika.

- Bagi Mahasiswa

Skripsi ini diharapkan menjadi referensi, dan berguna bagi mahasiswa yang membacanya.

1.5 Lokasi dan Tempat Penelitian

Skripsi melakukan penelitian pada bulan Maret s/d Juli 2012 pada Sentra UKM Boneka Kain di Jalan Sukamulya, Kelurahan Sukagalih, Kecamatan Sukajadi, Bandung. Berikut adalah tabel jadwal penelitiannya:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian bulanMaret - Juli 2012

Keterangan	Maret				April				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengambilan data																
Analisis data																
Pengumpulan data																
Penulisan laporan																
Sidang Seminar Up																
Analisis Deskriptif																
Analisis Verifikatif																
Sidang Akhir																