BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis saat ini semakin bervariatif dan telah mengalami dinamika lingkungan bisnis yang semakin meningkat yang mengakibatkan persaingan dalam dunia bisnis semakin kompetitif. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, maka para wirausahawan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Dari itu setiap usaha dalam menghasilkan produknya dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen. Dari itu karena semakin ketatnya persaingan tersebut maka suatu usaha harus memahami bagaimana cara untuk mengolah sumber daya yang ada agar mampu menciptakan keunggulan bersaing.

Dalam persaingan bisnis yang sedang berkembang saat ini di Indonesia, banyak para wirausahawan yang mencari peluang usaha dan membuka kegiatan usahanya. Usaha yang banyak diminati oleh para wirausaha adalah usaha kecil menengah atau biasa dikenal dengan istilah UKM yang memiliki potensi besar dalam mengolah dan menciptakan hasil karya dari sumber daya yang tersedia menjadi suatu bentuk produk baru yang mempunyai nilai jual serta mampu bersaing dengan produk lain yang bertujuan untuk merambah pangsa pasar.

Usaha kecil menengah (UKM) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan prekonomian Indonesia. Selain sebagai salah satu *alternative*

lapangan kerja baru, usaha kecil menengah (UKM) juga berperan dalam mendorong laju pertembuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan – perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.Saat ini, UKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan Negara Indonesia, aturan mengenai usaha kecil menengah (UKM) pada dasarnya terdapat dalam Undang – undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah.

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah UKM di Indonesia Tahun 2006 – 2012

Tahun	Jumlah UKM
2006	49.021.803
2007	50.145.800
2008	51.409.612
2009	52.764.603
2010	53.823.732
2011	55.206.444
2012	56.534.592

Sumber, www.bps.go.id

Berdasarkan table 1.1 diatas, perkembangan jumlah UKM di Indonesia dari tahun 2006 sampai dengan 2012 tiap tahunnya semakin meningkat. Hal ini membuktikan betapa kuatnya sektor ekonomi UKM sehingga mengalami pertumbuhan meskipun dalam kondisi sedang terjadi krisis. Perkembangan UKM mendapat perhatian yang serius dari berbagai kalangan baik pemerintah maupun masyarakat umum.

Melihat UKM yang semakin pesat perkembangannya, banyak unit UKM berlomba – lomba menciptakan produk baru yang inovatif sehingga dapat

merambah pasar. Dengan terus munculnya produk baru yang dihasilkan oleh seorang usahawan dalam menjalankan unit UKM nya, maka sering terjadi persaingan antara unit UKM dengan UKM lainnya, dalam hal produk yang sama maupun produk berbeda. Akibat sering terjadinya persaingan produk, unit UKM diharapkan dapat memiliki inovasi dalam hal menciptakan sebuah produk baru, karena apabila suatu unit UMK tidak memiliki inovasi dalam menciptakan produk baru, dapat dikatakan unit UKM tersebut tidak akan mampu untuk bersaing dengan unit UKM lainnya. Dari terciptanya produk baru melalui proses inovasi yang dihasilkan oleh UKM, adapun hal lain yang mempengaruhi suatu produk baru tersebut agar dapat diterima oleh pasar, yaitu orientasi pasar.

Banyak perusahaan yang berinovasi dan memiliki orientasi pasar dengan tujuan agar menjadi perusahaan yang unggul dan berbeda dari perusahaan pesaing. Orientasi pasar dibutuhkan untuk mengetahui keadaan dan kebutuhan pasar apabila sebuah unit UKM ingin agar produknya dapat bersaing dengan produk lainnya, baik produk yang sejenis maupun produk yang berbeda di pasar. Dengan berorientasi pasar, sebuah unit UKM dapat memperoleh informasi pasar, khususnya permintaan pasar akan produk yang diinginkan. UKM yang berorientasi pasar dapat melihat perkembangan dari kebutuhan pasar yang terus berubah. Dari hal tersebut orientasi pasar dapat mempengaruhi sebuah UKM dalam merespon kebutuhan pasar. Sebuah unit UKM yang melakukan orientasi pasar dengan baik dapat mempengaruhi juga persaingan di pasar dengan unit UKM lainnya.

Adapun unit UKM yang membutuhkan inovasi produk dan orientasi pasar untuk mencapai keunggulan bersaing dalam menciptakan suatu produk baruseperti yang dilakukan oleh Sentra industri rajut Binongjati. Usaha Sentra industri rajut Binongjati adalah sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak di bidang pembuatan kerajinan pakaian rajut. Dalam usahanya, Sentra industri rajut Binongjati mengolah hasil sumber daya berupa benang rajut yang nantinya di produksi menjadi berbagai jenis pakaian rajut, baik dari ukuran besar, sedang, sampai kecil dengan motif yang beraneka ragam yang juga menjadikan usaha Sentra industri rajut Binongjati sebagai usaha yang membutuhkan inovasi serta keterampilan dalam membuat karya pada usaha kerajinan pakaian rajut serta berorientasi pasar dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadikan usaha Sentra industri rajut Binongjati mampu menciptakan keunggulan bersaing.

Untuk mengetahui kendala yang terjadi pada Sentra industri rajut Binongjati, penulis bermaksud melakukan survey awal kepada 30 unit usaha yang terdapat di Sentra industri rajut Binongjati. Berikut adalah hasil survey awal yang dilakukan oleh penulis :

Tabel 1.2

Survei Awal Penelitian

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		YA	***TIDAK***
Perluasan Lini (line extensions)			
1.	Apakah produk pakaian rajut yang dihasilkan oleh unit usaha Anda baru bagi pasar?	12 40%	18 60%
Produk Baru (new-to-the-world-product)			
2.	Apakah jenis produk pakaian rajut baru yang dihasilkan oleh unit usaha Anda belum terdapat di pasar?	25 83,4%	5 16,6%
Orientasi Pelanggan (customer orientation)			
3.	Apakah unit usaha Anda memahami keinginan konsumen?	10 33,3%	20 66,7%
Kualitas Produk			
4.	Apakah anda mengalami kesulitan dalam menjaga kualitas desain produk pakaian rajut?	27 90%	3 10%

Sumber : Data diolah 2014

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan kepada 30 unit usaha di Sentra industri rajut Binogjati, sebanyak 40% responden menyatakan unit usahanya menghasilkan produk berupa pakaian rajut yang baru bagi pasar, dan sebanyak 60% responden menghasilkan produk yang berbeda di pasar dalam artian produk tersebut sama dengan produk – produk pakaian rajut yang ada di pasar. Hal tersebut menunjukan bahwa belum optimal dalam hal penciptaan produk yang baru bagi pasar. Dari pandangan tersebut, usaha Sentra industri rajut Binongjati kurang melakukan inovasi dalam menghasilkan produk pakaian rajut

sehingga belum terciptanya persaingan antara usaha – usaha pakaian rajut di Binongjati.

Menurut survei awal, ada sebanyak 83,4% responden menyatakan unit usahanya menghasilkan produk yang belum terdapat di pasar, dan sebanyak 16,6% responden sudah dapat menghasilkan produk pakaian rajut baru yang belum terdapat di pasar. Dengan survei kedua ini menunjukan bahwa responden kurang antusias dalam menghasilkan produk rajut yang belum terdapat di pasar untuk memenuhi keinginan konsumen.

Dari survei awal mengenai keinginan konsumen, terdapat 33,3% responden yang menyatakan bahwa unit usahanya telah berusaha dan memenuhi keinginan konsumen terhadap produk pakaian rajut, dan sebanyak 66,7% responden menyatakan unit usahanya belum memenuhi keinginan konsumen. Dari hasil survei ini, maka penulis menyimpulkan bahwa responden belum maksimal dalam hal memenuhi keinginan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh unit usaha di Sentra rajut Binongjati, yaitu berupa pakaian rajut.

Hasil survei awal menunjukkan bahwa sebanyak 10% responden yang merupakan pemilik usaha di Sentra rajut Binongjati lebih mengutamakan kualitas desain dalam menghasilkan produknya, dan sebanyak 90% responden menyatakan tidak mengutamakan kualitas desain dalam menghasilkan produk pakaian rajut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pemilik usaha di Sentra rajut Binongjati kurang optimal dalam memperhatikan kualitas desain dari produk pakaian rajut yang diproduksinya. Dari kondisi tersebut penulis mengatakan

bahwa pada usaha Sentra industri rajut Binongjati masih belum berinovasi sehhingga pada usaha tersebut kurang memperhatikan kualitas desain produk.

Setelah melakukan observasi dan survei awal di lokasi usaha pembuatan produk pakaian rajut yang dijalankan oleh Sentra industri rajut Binongjati, penulis melihat produk yang dihasilkan oleh Sentra industri rajut Binongjati berupa pakaian rajut, terlihat kurang inovatif. Hal tersebut diindikasikan oleh produk yang tidak baru bagi pasar, bahwa kurangnya inovasi yang dilakukan oleh usaha Sentra industri rajut Binongjati, sehingga usaha disana kurang dapat melihat perkembangan pasar. selain itu, usaha Sentra industri rajut Binongjati juga kurang memperhatikan keadaan pasar yang sedang berkembang saat ini, sehingga usaha Sentra industri rajut Binongjati hanya fokus pada produk lama dan produk pakaian rajut yang dihasilkan relatif kurang memahami keinginan konsumen. Adapun produk yang dihasilkan oleh Sentra industri rajut Binongjati kurang mengutamakan kualitas desain, sehingga produk pakaian rajut yang dihasilkan terkesan kurang menarik.dengan kata lain, orientasi pasar yang dilakukan oleh usaha Sentra industri rajut Binongjati kurang maksimal, maka usaha Sentra industri rajut Binongjati dapat dikatakan kurang memiliki keunggulan bersaing antar unit UKM pada Sentra industri rajut Binongjati dalam menghasilkan keunikan produk pakaian rajut.

Setelah mempertimbangkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan Judul **"Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Sentra Industri Rajut Binongjati Bandung".**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat beberapa fenomena yang terjadi di usahaSentra Rajut Binongjati, diantaranya :

1. Produk yang dihasilkan oleh Sentra industri rajut Binongjati dianggap produk lama bagi pasar.
2. Kurang maksimalnya unit usaha di Sentra rajut Binongjati dalam menghasilkan produk yang belum terdapat di pasar.
3. Sentra industri rajut Binongjati kurang memahami keinginan konsumen akan produk pakaian rajut yang dihasilkan.
4. Kurangnya perhatian terhadap kualitas desain produk pakaian rajut yang dihasilkan oleh Sentra Rajut Binongjati

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan diteliti pada usaha Sentra industri rajut Binongjati, antara lain, yaitu :

1. Bagaimana Inovasi Produk pakaian rajut pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.

2. Bagaimana Orientasi Pasar pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
5. Seberapa besar pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan bersaing pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
6. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing usaha Sentra industri rajut Binongjati.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dapat memberikan konstribusi bukti empiris tentang masalah yang di teliti yaitu mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap keunggulan Bersaing yang diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi perkembangan ilmu Manajemen Bisnis.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Inovasi Produk pakaian rajut pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
2. Untuk mengetahui Orientasi Pasar pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.

3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing padausaha Sentra industri rajut Binongjati.
4. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing padausaha Sentra industri rajut Binongjati.
5. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada usahaSentra industri rajut Binongjati.
6. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra industri rajut Binongjati

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

   Dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan hasil penelitian dapat berguna bagi perusahaan sebagai alat referensi untuk unggul dalam persaingan terhadap perusahaan pesaing pada usaha Kecil Menengah dengan menerapkan Inovasi Produk dan Orientasi Pasar sehingga dapat bersaing ketat dan unggul dalam persaingan.

2. Bagi Pihak lain

   Dengan penelitian yang telah dibuat, diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang dapat bermanfaat sebagai bahan acuan para wirausahawan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan akademis penelitian ini, yaitu :

1. Memberikan sumbangan referensi konseptual bagi perkembangan pada fakultas ekonomi di bidang Manajemen Bisnis mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha Sentra industri rajut Binongjati.
2. Memberikan tambahan informasi kepada para Mahasiswa khususnya dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis yang bisa dijadikan acuan dan sumber referensi yang nyata dalam meningkatkan wawasan bisnis secara global.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada usaha Sentra industri rajut Binongjati. Adapun pnelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2004 sampai bulan Februari 2015.Berikut adalah pemetaan waktu dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 1.3

Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																				
Pencarian Data																				
Pengolahan Data																				
Penulisan Laporan																				
Sidang Akhir																				