BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri Kecil Menengah (IKM) 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 stabilitas nasional. Selain itu IKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan, dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujut keberpihakan yang tegas pada kelompok usaha ekonomi rakyat.

IKM juga merupakan bagian integral dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan begitu besar, maka usaha kecil harus terus dikembangkan dalam rangka mewujudkan kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi seluruh rakyat Indonesia. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, IKM harus ditingkatkan lagi agar menjadi lebih baik lagi dengan menjalin kerjasama yang baik antara pemerintah dan masyaraka,. Masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan, sedangkan pemerintah

berkewajiban untuk mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan iklim usaha.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah menyatakan bahwa sesuai dengan amanat ketetapan Majelis Permusyarawatan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan petensi strategi untuk mewujutkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Pada era globalisasi yang akan kita hadapi ke depan, yang tidak mengenal lagi batas-batas antar negara dan dengan didukung oleh perkembangan teknologi,informasi dan komunikasi yang pesat akan menyebabkan aliran barang ibarat air mengalir dari hulu ke lembah, begitulah akan terjadi aliran barang dan jasa dari negara lain ke negara kita. Oleh karena itulah, IKM harus ditingkatkan kemampuannya agar mampu menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang sangat potensial, dan kota ini selalu menjadi salah satu tujuan wisatawan untuk berbelanja baik dalam produk *fashion,* makanan, dam masih banyak lagi. Bandung juga merupakan salah satu pusat IKM terbesar dengan Jumlah IKM di kota Bandung saat ini mencapai 927 unit (Data BPS:2009) . Jenis usaha yang dilakukan diantaranya dalam bidang makanan, *fashion*

dan *handycraft*. Salah satu IKM yang sangat terkenal hingga keberbagai pelosok negri bahkan sampai pada luar negri adalah IKM Sepatu Cibaduyut, yang telah dijuluki sebagai "Surga Sepatu".

IKM Cibaduyut adalah salah satu potensi kota Bandung, IKM ini mengalami perkembangan usahannya dalam beberapa tahun terakhir ini dapat dikatakan mengalami perkembangan. Cibaduyut adalah sebuah kawasan yang memang sudah sangat terkenal sebagai pusat pengrajin sepatu di kota Bandung, bahkan kawasan ini dikenal sebagai pasar penjualan sepatu terpanjang di dunia. Sepatu yang di jual di kawasan ini merupakan hasil karya penduduk setempat yang konon ilmu pembuatannya merupakan warisan dari leluhur. Walaupun merupakan produk lokal, kualitas sepatu cibaduyut tidak kalah bersaing dengan sepatu-sepatu buatan luar negeri.

Bedasarkan data berikut, akan di bahas mengenai potensi yang dimiliki oleh IKM Cibaduyut yang harus ditumbuh kembangkan sebaik mungkin. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1

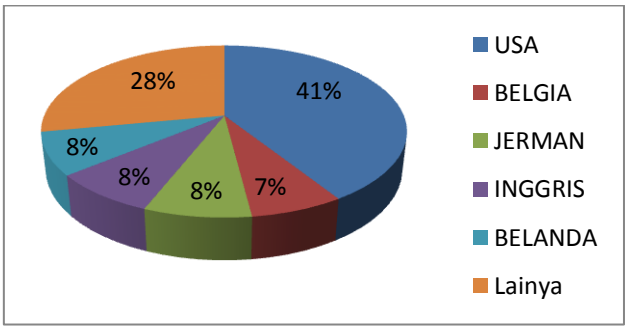
Potensi Sepatu Cibaduyut

NO	POTENSI	2004	2005	2006	2007
1	Unit Usaha	848	845	828	828
2	Tenaga Kerja(orang)	3.468	3.556	3.498	3.516
3	Investasi(Ribuan)	18.170.475	23.720.675	14.507.168	14.507.168
4	Produksi (psg/th)	3.049.344	4.046.700	2.982.600	487.999.750

Sumber: Profil Sepatu Cibaduyut (2008:5)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa IKM Cibaduyut memiliki potensi terlihat yang baik . Terlihat pada tabel diatas bahwa pada unit usaha, tenaga kerja,investasi bahkan pada produksi yang selalu mengalami kenaikan. Hal ini merupakan bahwa adanya suatu potensi yang melekat pada IKM tersebut, yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan keunggulan bersaingnnya dengan usaha bisnis yang lain.

Cibaduyut memiliki peluang industri sepatu untuk mengisi pangsa pasar dunia cukup terbuka, tentunya dangan mengupayakan peningkatan daya saing yang tinggi dengan mengikuti kaidah perdagangan dan ekonomi seperti pemenuhan kualitas, harga bersaing, dan penyarahan barang tepat waktu. IKM Cibaduyut juga telah sampai pada pasar ekspor dengan tujuan utama ekspor alas kaki nasional pada umumnya masih didominasi pada pasar tradisional untuk Negara-negara USA dan Uni Eropa seperti Jerman, Belgia, Belanda, Inggris. Sebagai gambaran dapat dilihat pada grafik berikut :



Sumber : Profil Sepatu Cibaduyut (2008:9)

Grafik 1.1 Negara Tujuan Eksport Sepatu Cibaduyut

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa kemampuan IKM Cibaduyut telah dibuktikan dengan mampu membidik pasar luar negeri dengan tingkat persentasi yang berbada-beda pada tiap Negara. Hal ini menunjukan bahwa IKM Cibaduyut memiliki potensi keunggulan daya saing. Melihat potensi yang besar ini pemerintah harus berperan dalam peningkatan potensi ini, Agar produk sepatu Cibaduyut ini dapat berkembang pada pasar dunia, baik pasar regional, nasional, dan internasional

IKM Sepatu Cibaduyut memiliki potensi, melihat situasi tersebut sangat dihar apkan peran aktif pemerintah dalam peningkatan kualitas IKM dengan membekali para pemilik IKM dengan berbagai pembelajaran dalam pegembangan IKM tersebut. Menurut hasil penelitian dari Bagas Prakosa (2005:51) yang menyatakan bahwa untuk memperoleh keunggulan bersaing perusahaan dapat dipengaruhi oleh orientasi pembelajaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Wawan Darmawan selaku Koordinator Sub Unit Pengembagan IKM Persepatuan Cibaduyut menyatakan bahwa selama ini bantuan kerja sama pemerintah terhadap IKM Cibaduyut ini telah berjalan dengan baik, hal ini terbukti dengan adanya program pengembangan yang di terapkan oleh pemerintah dan bekerja sama dengan pihak lainnya yang terkait. Pengembangan yang dilakukan berupa pembelajaran yang sangat bermanfaat bagi kelangsungan hidup IKM. Kerja sama ini dilakukan secara terus menerus dengan berbagai tema yang berbeda-beda. Pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah berada dibawah kuasa kementrian perindustrian, program pembelajaran ini dilakukan minimal dua

kali dalam setahun. Pihak UPT akan mengirimkan 20-30 peserta atau orang yang telah dipilih pemilik IKM untuk mengkuti pelatihan tersebut, orang-orang yang akan dikirim adalah hasil dari beberapa yang telah ditentukan dengan berbagai kriteria tertentu. Selain program dari pemerintah ini, ternyata UPT sendiri juga membuat suatu kebijakan bahwa setiap tahunnya akan ada program pembelajaran dan pelatihan bagi para pemilik, pekerja atau karyawan bahkan yang paling utama kepada pengrajin demi penembangan pengetahuan dalam bidang persepatuan. Selain itu, UPT juga melalakukan kerja sama dengan Balai Pengembangan Industri Persepatuan Indonesia (BPIPI) dalam melaksanakan pelatihan tersebut, dimana UPT diminta menirimkan 24-30 orang untuk mengikuti acara tersebut dengan berbagai keterampilan khusus. Hampir sama dengan pelatihan-pelatihan pada umumnya bahwa tiap pelatihan akan diberi tema yang berbeda dengan pelatihan yang sebelumnya, baik hal tersebut mengenai pelatihan manajemen, desain sepatu dan pembuatan acuan sepatu. (Hasil wawancara tanggal 11 April 2012). Dengan adanya program pembelajaran tersebut diharapkan para pelaku dalam IKM telah memiliki bekal yang baik dan diharapkan mampu bersaing dalam situasi apapun..

Orientasi pembelajaran diharapkan dapat memperluas kemampuan melakukan orientasi pasar sehingga dapat mendorong keunggulan bersaing. Menurut hasil penelitian Bagas Prakosa (2005:51) menyatakan bahwa untuk memperoleh keunggulan bersaing perusahaan dapat dipengaruhi oleh orientasi pasar. Orientasi

pasar merupakan salah satu unsur penting bagi kemajuan suatu usaha, dengan orientasi pasar perusahaan akan mampu menduduki posisinya pada persaingan bisnis.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Esa M.Sidik sebagai salah seorang pengrajin sepatu dan sekaligus sebagai pemilik toko sepatu di Cibaduyut menyatakan bahwa keadaan pasar di IKM Cibaduyut ini terdiri atas dua kondisi. Kondisi yang pertama terdiri dari kelompok yang memproduksi atau membuat sepatu dengan model sendiri dan menjual sepatu tersebut pada toko sendiri dimana toko tersebut adalah milik mereka sendiri dan sepatu yang telah di produksi dapat segera dijual langsung kepada konsumen. Kondisi yang kedua adalah dimana ada kelompok tertentu yang hanya merupakan industri rumahan atau disebut dengan bengkel-bengkel sepatu yang ada di kawasan Cibaduyut ini mendapatkan order sepatu dari pengusaha-pengusaha besar atau bisa disebut dengan mafia sepatu. Mafia ini akan melakukan order sepatu kepada para bengkel-bengkel sepatu yang tersedia dengan merk, bentuk atau model, harga, serta bahan baku ditentukan dan diambil dari mafia tersebut. Setelah order barang selesai sesuai dengan pesanan oleh mafia itu sendiri akan dijual kepada toko yang telah memiliki nama dan pangsa pasar tersendiri salah satunya seperti Yongky Komaladi, Edward Forer, Donatelo, Austine, dan lain-lain. Mafia tersebut menjual produk sepatu jadi ini dengan harga yang begitu tinggi dan sesuai dengan merk yang diinginkan. Dengan keadaan yang seperti ini maka para pemilik bengkel sepatu ini akan sulit berkembang dan akan sulit bersaing pada pasarnya. (Hasil wawancara tanggal 02 Mei 2012)

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pemilik IKM Sepatu di Cibaduyut menyatakan bahwa mereka sangat sulit memprediksi tingkat kemauan konsumen karena sampai pada saat ini mereka hanya bersifat menunggu saja, maksudnya dalam hal ini mereka hanya fokus pada pemasaran produk yang hanya dituangkan kedalam suatu katalok. Katalog ini sangat membatasi orientasi pasar mereka, karena penyebaran katalog hanya terjadi ketika konsumen datang ke Toko dan meminta atau mengambil sendiri katalok tersebut. Dengan keadaan yang seperti ini pihak IKM mengalami kesulitan pada waktu-waktu tertentu, secara khusus menjelang hari-hari besar seperti Idul Fitri, Natal, bahkan pada momen tahun baru. Keadaan yang seperti ini membuat pihak IKM mengalami kesulitan dan beberapa pemilik toko menyatakan mereka mengalami kewalahan dalam memenuhi permintaan konsumen, karena keterbatasan waktu dan karyawan yang mampu memproduksi barang-barang tersebut. Sistem pemasaran produk melalui katalok ini belum begitu optimal sehingga orientasi pasarnya masih cukup sempit. Dengan kondisi orientasi pasar yang seperti ini mempersulit tumbuh kembang IKM sendiri, program pengenalan produk hanya melalui program katalog dan itupun katalog berlaku dalam setahun penuh yang akan membuat konsumen merasa bosan dengan model yang begitu saja dalam tiap tahun berjalan. Hal ini yang menjadi tantangan tersendiri bagi tumbuh kembang IKM Cibaduyut ini. Dari hal diatas dapat diindikasi bahwa orientasi pasar IKM Cibaduyut masih terlalu sempit dan system yang dijalankan pun belum begitu maksimal. (Hasil wawancara tanggal 09 April 2012)

Berdasarkan penjelasan dari hasil wawancara diatas terdapat keadaan pasar yang berbeda di Cibaduyut. Namun walaupun sepintas kelihatan sangat berbeda tetapi dalam hal orientasi pasarnya mereka mengalami hal yang sama yaitu mereka hanya bersifat diam dan menunggu saja atas reaksi dari penggusaha ataupun konsumen mereka sendiri. Dengan keadaan yang seperti ini maka orientasi pasar persepatuan Cibaduyut ini akan sulit berkembang.

Kondisi ini juga akan mengakibatkan ketidakseimbangan dimana dengan adanya program pembelajaran yang telah dilaksanakan dengan baik dan diikuti oleh para pelaku IKM diharapkan agar IKM ini dapat mengapresiasikan atau menerapkan program yang berkualitas sesuai dengan program pembelajaran yang diikuti. Namun saat ini keadaan yang dirasakan sangat jauh dari harapan, dimana dari hasil wawancara dengan pemilik IKM yang menyatakan bahwa orientasi pasar mereka sangat sempit. Dari keterangan tersebut dapat diindikasi bahwa program orientasi pembelajaran tidak sepenuhnya dijalankan sehingga orientasi pasarnya kurang baik.

Berdasarkan pada permasalahan-permasalahan tersebut diatas yang bersumber pada hasil-hasil penelitian sebelumnya dan fenomena bisnis yang ada pada Usaha Industri Kecil dan Menengah (IKM) maka dapat dirumuskan masalah utama dalam penelitian ini adalah:**”ANALISIS ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA IKM SEPATU DICIBADUYUT KECAMATAN BOJONGLOA KIDUL BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa IKM Sepatu Cibaduyut memiliki potensi usaha yang teus meningkat dan mampu melakukan penjualan pada pasar dalam maupun luar negeri yaitu ke beberapa Negara. Hal ini adanya indikasi IKM Sepatu Cibaduyut memiliki keunggulan daya saing.

Berbagai aktifitas dalam orientasi pembelajaran dilakukan baik pada pihak Unit Pelayanan Tehknis (UPT) dan kerja sama dengan pemerintah. Orientasi pasar yang terus dilakukan agar mampu memperluas pasar. Namun orientasi pasar yang dilakukan IKM Sepatu Cibaduyut masih lemah, hal ini dikarenakan oleh program yang dilakukan oleh IKM itu sendiri masih belum maksimal, karena pihak IKM hanya menunggu reaksi para pembeli melalui program katalog yang diluncurkan oleh pihak IKM itu sendiri.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1 Bagaimana orientasi pembelajaran pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.

2 Bagaimana orientasi pasar pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung .

3 Bagaimana keunggulan bersaing pada IKM sepatu cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.

4 Seberapa besar Pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah agar penulis memperoleh pemahaman, memperoleh informasi dan menjelaskan gambaran mengenai bagaimana pengaruh orientasi pembelajaran, orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada seluruh IKM Sepatu di Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung dengan mengumpulkan data yang kemudian dianalisa untuk memperoleh hasil yang diharapkan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui orientasi pembelajaran pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung
2. Untuk mengetahui orientasi pembelajaran pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung
3. Untuk mengetahui keunggulan bersaing pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung.

4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada IKM sepatu Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian dan pengumpulan data-data kemudian dituangkan dalam bentuk penelitian ini, adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Bagi Penulis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi realita yang terjadi di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

   Semiga dapat bermanfaat dalam merancang strategi agar pelaksanaan orientasi pembelajaran dan orientasi pasar dapat terlaksana dengan baik.

3. Bagi pihak lain

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan bahan referensi tentang informasi pengaru orientasi pembelajaran dan orieentasi pasar sehingga dapat digunakan sebagai unpan balik bagi kinerja masing-masing.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Untuk menambah dan memperluas wawasan pengetahuan agar dapat dijadikan bahan referensi untuk mengembangkan ilmu Manajemen Bisnis
2. Bagi penulis lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagi penulis lain yang membutuhkan informasi tentang analisa pengaru orientasi pembelajaran dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
3. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang manajemen bisnis terutama tentang orientasi pembelajaran, orientasi pasar dan keunggulan bersaing.

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi dan pelaksanaan penelitian bertempat di Kelurahan Cibaduyut Kecamatan Bojongloa Kidul Bandung 40236. Telp (022) 5406096. sedangkan waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah selama kurang lebih 6 bulan, yaitu dari bulan Februari 2012 sampai dengan bulan Juli 2012. Adapun jadwal dari penelitian dan pengumpulan data dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.2
Tabel Jadwal Penelitian dan Pengumpulan Data

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		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	Pra Penelitian																								
2	Pengumpulan Data																								
3	Pengolahan Data																								
4	Penyusunan Data																								
5	Penulisan Laporan																								