BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Pada era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat.

Dengan apa yang terjadi pada dunia usaha pada saat ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan, dan hal itu menuntut agar para pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang selalu berubah. Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan usaha kecil dan

menengah yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam berjalannya perekonomian yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya Usaha kecil dan menengah diharapkan memiliki kontribusi yang cukup besar dalam hal membantu pemerintah memecahkan masalah-masalah yang ada, salah satunya dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi warga masyarakat dan usaha kecil dan menengah juga dapat menciptakan unit kerja baru yang memanfaatkan tenaga - tenaga baru sehingga dapat mendukung pendapatan yang diperoleh rumah tangga. Usaha kecil dan menengah diharapkan tidak hanya memiliki kemampuan dan keunggulan dalam hal produksi saja, tetapi juga dapat membaca kebutuhan pasar. Untuk itu, usaha kecil dan menengah ini perlu mendapatkan perhatian khusus dan dukungan informasi yang tepat, agar terjadi jaringan bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar.

Sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, Bandung juga dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai pusat pemerintahan, kota pendidikan, kota Industri kreatif, dan terutama kota tujuan wisata. Sehingga, tak mengherankan apabila perkembangan dan perubahan kota Bandung ini pun sangat pesat. Kota Bandung memiliki beberapa kawasan industri dan perdagangan yang memiliki potensi untuk menjadi pusat bisnis sekaligus tempat wisata industri yang memiliki kelas internasional di masa yang akan datang. Salah satunya adalah Sentra Kaos Suci, pusat kaos di kota Bandung ini merupakan tempat grosir kaos yang memiliki jumlah ratusan pengrajin.

Sentra Kaos Suci di kota Bandung ini merupakan Kawasan industri kreatif yang masih bertahan hingga sampai dengan saat ini. Bahkan saat terjadinya krisis ekonomi di Indonesia pada tahun 1998, tidak mempengaruhi keberlangsungan usaha pada sentra industri tersebut. Akan tetapi seperti sentra- sentra lainnya, Sentra Kaos Suci pun memiliki kendala tersendiri, pada saat ini dengan berkembangnya clothing, factory outlet, dan distro di Bandung turut membangkitkan para pengusaha kaos. Namun kini terjadi penyebaran perajin kaos hampir di berbagai titik di Bandung, sehingga Sentra Kaos Suci sekarang bukan merupakan satu- satunya pilihan utama. Apalagi ditambah dengan munculnya industry – industry konveksi di Bandung yang memiliki teknologi lebih maju yang dapat memproduksi kaos dalam jumlah banyak dengan waktu yang relatif lebih cepat, Maka teknik manual seperti di Sentra Kaos Suci pun harus mencari pasar sendiri, hal ini membuktikan bahwa tingkat daya saing usaha yang masih rendah, sehingga para pelaku usaha diharapkan untuk memiliki kemampuan agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya serta meningkatkan kemampuan berdaya saing dengan para competitor usahanya guna mencapai tujuan dari perusahaan.

Permasalahan yang dihadapi Usaha kecil dan menengah pada umumnya diwarnai oleh lemahnya kemampuan para pelaku usaha dalam memprediksi atau membaca lingkungan internal dan eksternal, serta kelemahan dalam perumusan strategi dan seringkali keputusan yang diambil berdasarkan kemampuan dari pemilik usaha menemui jalan buntu yang berpengaruh terhadap keunggulan dalam hal bersaing dengan para competitor. Kurangnya kemampuan menjalin hubungan

kemitraan dengan partner juga menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi, karena dengan memiliki hubungan kemitraan yang baik para pemilik usaha diharapkan bisa meningkatkan persaingan dengan competitor yang lebih besar. Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai sikap untuk selalu bertanggung jawab dalam hal bisnis dan sosial, selalu berkomitmen terhadap tugas, cepat melihat peluang, berorientasi ke masa depan, memiliki skill dalam berorganisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi, dengan karakteristik yang dimiliki seorang wirausaha tersebut, seorang wirausaha diharapkan mampu meningkatkan keunggulan dalam hal persaingan guna mencapai tujuan dari perusahaan.

Inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan dalam mempertahankan kemampuan bersaingnya. Sesorang pemilik usaha dituntut untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan, hal ini tidak terlepas dari keinginan konsumen yang selalu berubah – ubah. Ketidakpastian lingkungan menyebabkan para pelaku usaha untuk selalu berinovasi agar dapat memenangkan persaingan, bukan hanya untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Perusahaan yang memiliki kemampuan berinovasi tinggi akan lebih baik dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang akan meningkatkan keunggulan kompetitif. Permasalahan yang terjadi di UKM pada umumnya para pemilik usaha kurang memperhatikan dalam hal melakukan perbaikan pada produk yang telah ada, sehingga produk yang telah ada tersebut cenderung tidak memiliki nilai yang lebih di mata para konsumen.

Pada salah satu sentra UKM yang ada di Kota Bandung, yaitu Sentra Kaos Suci, sentra UKM ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi kaos , namun pada perkembangan yang terjadi pada dunia usaha saat ini, sentra UKM ini menghadapi beberapa kendala seiring dengan bermunculannya para raksasa industri yang memiliki kapasitas produksi sangat besar sehingga sentra UKM kaos Suci tidak lagi menjadi pilihan utama seperti dahulu. Agar dapat mengetahui bagaimana sentra UKM kaos Suci Bandung menerapkan komponen keunggulan bersaing, maka dari itu penulis melakukan penyebaran kuisioner survei awal kepada beberapa pemilik unit usaha di sentra UKM tersebut yang mana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1 Survei Awal

PERTANYAAN	JAWABAN	
	YA %	TIDAK %
1. Apakah anda berusaha untuk menciptakan kategori produk yang baru ***(Inovatif)***	**40**	**60**
2. Apakah anda berusaha untuk membangun kemitraan dengan partner terbaik ***(Proaktif)***	**50**	**50**
3. Apakah anda berusaha untuk menghindari kegagalan ***(Keberanian Mengambil Resiko)***	**80**	**20**
4. Apakah anda melakukan usaha untuk menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar ***(Perluasan Lini Produk)***	**70**	**30**
5. Apakah anda berusaha untuk membuat produk yang relatif baru bagi perusahaan ***(Peniruan Produk)***	**50**	**50**
6. Apakah anda berusaha untuk menciptakan produk yang termasuk baru bagi perusahaan maupun pasar ***(Produk Baru)***	**30**	**70**
7. Apakah anda berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari para pesaing usaha ***(Keunggulan Biaya)***	**20**	**80**
8. Apakah produk yang anda hasilkan memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri ***(Diferensiasi)***	**70**	**30**
9. Apakah anda membidik segmen – segmen tertentu untuk setiap produk yang anda hasilkan terhadap pasar ***(Fokus)***	**25**	**75**

Sumber : data yang diolah 2014

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan, dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 20 pemilik unit usaha di Sentra Kaos Suci, beberapa hal yang dianggap penting, yaitu bahwa orientasi kewirausahaan dibutuhkan dalam

menjalankan kegiatan usaha karena setiap pemilik usaha di harapkan memiliki kemampuan wirausaha diantaranya inovatif, proaktif, berani mengambil resiko, berorientasi pada masa depan, memiliki komitmen pada berbagai pihak yang dapat mengelola bisnis dengan baik untuk mencapai tujuan dari usahanya, selain itu inovasi produk juga merupakan salah satu komponen yang penting, karena dalam memenuhi kebutuhan dan selera konsumen para pemilik usaha dituntut untuk memiliki gagasan – gagasan baru guna meningkatkan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil survey awal kepada 20 responden yang merupakan pemilik usaha di sentra kaos suci, sebanyak 40 % Responden menyatakan unit usahanya berusaha untuk kategori produk yang baru, dan sebanyak 60 % responden menyatakan tidak berusaha untuk menciptakan kategori produk yang baru. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden belum maksimal dalam hal berusaha untuk menciptakan kategori produk yang baru.

Hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 20 pemilik unit usaha di sentra kaos suci, sebanyak 50 % responden menyatakan bahwa memiliki hubungan kemitraan dengan partner terbaik, dan sebanyak 50 % responden menyatakan belum membangun hubungan kemitraan yang baik dengan partner, Hal ini mengindikasikan sebagian besar responden belum maksimal dalam hal membangun hubungan kemitraan yang baik dengan partner usaha.

Hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 20 pemilik unit usaha di sentra kaos suci, sebanyak 80 % responden menyatakan bahwa selalu berusaha untuk menghindari kegagalan, dan sebanyak 20 % responden menyatakan belum

belum cukup berusaha dalam menghindari kegagalan, Hal ini mengindikasikan sebagian besar responden sudah maksimal dalam hal menghindari resiko kegagalan.

Hasil penyebaran kuisioner awal kepada 20 pengusaha di sentra kaos suci yang dijadikan responden, sebanyak 70 % responden menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar namun tidak benar – benar baru bagi perusahaan , dan sebanyak 30 % responden menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar namun tidak benar – benar baru bagi perusahaan, Hal ini mengindikasikan sebagian besar responden telah maksimal dalam hal menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar namun tidak benar – benar baru bagi perusahaan.

Hasil penyebaran kuisioner awal kepada 20 pengusaha di sentra kaos suci yang dijadikan responden, sebanyak 50 % responden menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan namun tidak benar – benar baru untuk sebuah pasar, dan sebanyak 50 % responden menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan namun tidak benar – benar baru untuk sebuah pasar, Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemilik usaha di sentra kaos suci belum maksimal dalam hal menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan namun tidak benar – benar baru untuk sebuah pasar.

Dari hasil survei awal kepada 20 responden yang merupakan pemilik usaha di sentra kaos suci, sebanyak 30 % responden menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan maupun untuk

sebuah pasar, dan sebanyak 70 % responden menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan maupun untuk sebuah pasar, Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemilik usaha di sentra kaos suci belum optimal dalam hal menciptakan produk yang relatif baru bagi perusahaan maupun untuk sebuah pasar.

Hasil penyebaran kuisioner awal kepada 20 pengusaha di sentra kaos suci yang dijadikan responden, sebanyak 20 % responden menyatakan telah berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari para pesaing usaha, dan sebanyak 80% responden tidak berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari para pesaing usaha, hal ini mengindikasikan bahwa pemilik usaha di sentra kaos suci belum optimal dalam hal menekan harga lebih rendah.

Hasil penyebaran kuisioner awal kepada 20 pengusaha di sentra kaos suci yang dijadikan responden, sebanyak 70 % responden menyatakan produk yang dihasilkan telah memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, dan sebanyak 30% responden menyatakan produk yang dihasilkan belum memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, hal tersebut mengindikasikan bahwa pemilik usaha di sentra kaos suci sudah maksimal untuk menghasilkan produk yang memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri.

Hasil penyebaran kuisioner awal kepada 20 pengusaha di sentra kaos suci yang dijadikan responden, sebanyak 25% responden menyatakan membidik segmen tertentu dalam setiap produk yang dihasilan, dan sebanyak 75% tidak membidik segmen tertentu untuk setiap produk yang dihasilkan, hal tersebut

mengindikasikan bahwa pemilik usaha di sentra kaos suci kurang maksimal dalam membidik segmen tertentu untuk setiap produk yang dihasilkan.

Dari hasil survey awal yang telah dilakukan terhadap responden hasilnya bahwa unit usaha yang ada di sentra kaos suci belum optimal dalam menerapkan komponen yang ada pada orientasi kewirausahaan, sehingga para pemilik usaha belum bisa memaksimalkan kegiatan usahanya, selain itu inovasi produk yang dilakukan pun belum cukup optimal untuk menambah nilai produk yang dihasilkan bagi konsumen, sehingga berpengaruh terhadap ketahanan dalam bersaing dengan para kompetitor usaha lainnya.

Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Survey pada Sentra UKM Industri Kaos Suci Bandung)."**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang beberapa fenomena diantaranya adalah lemahnya kemampuan dalam hal memprediksi atau membaca faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh para pengrajin kaos suci. Kurang melakukan perubahan dalam usahanya serta kesulitan mengelola perubahan yang dilakukan, Serta inovasi yang dilakukan masih kurang dalam hal memenangkan

persaingan, sehingga Sentra Kaos Suci cenderung untuk mencari pasar tersendiri yang relative lebih kecil yang mengakibatkan pendapatan yang fluktuatif.

1.2.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada hal – hal yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka penulis memutuskan untuk beberapa hal untuk diangkat diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana Orientasi Kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
2. Bagaimana Inovasi Produk pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
4. Seberapa besar pengaruhnya Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci baik secara parsial maupun secara simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan mengungkapkan mengenai Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing yang ada di industri kaos suci.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
2. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.
4. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial maupun secara simultan pada Usaha Kecil dan Menengah Sentra Industri Kaos Suci.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sangat besar bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan masukan untuk atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam menentukan penerapan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

   Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

2. Bagi Peneliti lain

   Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing.

3. Bagi Universitas

   Diharapkan dapat memberikan pengetahuan perpustakaan universitas dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, sehingga dapat memperluas tinjauan penelitian dan dapat meneruskan penelitian ini agar lebih efektif.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk melakukan penelitian ini di UKM Sentra Industri Kaos Suci Bandung. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan oktober 2014.

Tabel 1.2

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																			■	■