BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM saat mendapatkan peranan penting dalam perekonomian negara khususnya pada negara Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM dapat menyerap tenaga kerja agar tidak banyak timbulnya pengangguran pada setiap daerah dan UMKM seperti yang telah dilansirkan bahwa terbukti mampu menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat krisis ekonomi pada tahun 1997. UMKM *pun* terbukti mempunyai ketahanan relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha skala yang lebih besar. Maka tidak mengherankan bahwa pada masa krisis dan masa pemulihan perekonomin negara Indonesia saat ini, UMKM memiliki peranan besar yang sangat strategis.

Indonesia adalah sebuah negara yang terkenal dengan sebutan *Multiculture* hal ini dapat dilihat dari keanekaragaman seni dan budaya yang tersebar luas disetiap daerahnya. Hal ini memunculkan ide kreatif kewirausahaan masyarakat sekitar untuk membuat gagasan bisnis seperti membuat industri – industri kecil dan menengah (IKM) untuk dapat memasarkan budaya yang setiap daerah miliki tanpa mengubah jati diri sebuah kesenian dan budaya tersebut. Seperti halnya dengan batik. Pada awalnya batik hanya dikenal oleh kalangan keraton atau abdi kerajaan yang sering mereka gunakan untuk upacara keagamaan maupun acara –

acara kerajaan, sehingga pada waktu itu batik hanya digunakan oleh para raja, bangsawan dan abdi kerajaan.

Namun tidak dengan masa *modern*, kini batik telah berkembang menjadi *icon* pakaian nasional Indonesia. Batik mulai digunakan oleh masyarakat umum pada awal abad ke-19 dan jenis batik yang sering dikenal yaitu batik tulis, lalu seiring dengan perkembangan zaman batik dapat diinovasikan dengan batik cap dan *printing* bermotif batik. Keindahan dan keunikan motif batik yang beragam membuat para turis mancanegara tertarik untuk menggunakan batik buatan Indonesia.

Salah satu daerah terbesar penghasil batik di Jawa Barat adalah Cirebon. Sentra Pembuatan batik Cirebon berada di Desa Trusmi Wetan dan Trusmi Kulon, Kecamatan Plered. Batik Cirebon sering disebut juga dengan batik Trusmi karena di Cirebon hanya ada satu sentra pembuatan batik yaitu di daerah Trusmi. Produk batik yang terkenal antara lain batik Pesisiran, batik Mega Mendung, batik Sawat Panganten, batik Urang Jejer, dan lain – lain.

Untuk sebagian besar masyarakat Trusmi, industri batik merupakan salah satu mata pencaharian utama. Industri batik Trusmi tergolong kedalam industri padat karya, karena membutuhkan cukup banyak tenaga kerja manusia dengn beberapa keahlian khusus. Indusrti batik Trusmi pun telah memberikan kontribusi yang sangat besar khususnya untuk pemerintahan kabupaten Cirebon karena adanya penyerapan tenaga kerja bagi penduduk sekitar bahkan penduduk luar daerah cirebon.

Tabel 1.1
Data Jumlah Tenaga Kerja dan Penjualan ada Industri Batik Trusmi

Tahun	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Prosentase Pertumbuhan (%)	Data Penjualan (Rp)	Prosentase Pertumbuhan (%)
2007	1.210	-	447.178.200	-
2008	1.197	-0,010%	307.738.000	-0,31%
2009	1.189	-0,006%	228.360.600	-0,26%
2010	998	-0,160%	208.280.200	-0,09%
2011	1.102	0,104%	198.260.800	-0,04%

Sumber : Desperindag Kab. Cirebon 2012

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, dilihat dengan adanya fulktuasi dalam jumlah tenaga kerja yang relatif menurun dan data penjualan yang semakin tahun berkurang pendapatannya hal ini didasarkan dari data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Cirebon. Maka hal ini dapat diindikasikan bahwa adanya ketidaksesuaian pada indikator kualitas output dan kuantitas output berbeda halnya dengan yang dikatakan Johnson (1991:19) pada penelitian Mulyanto (2007:76) menyatakan bahwa, Kinerja merupakan salah satu ukuran dari perilaku yng aktual di tempat kerja yang bersifat demensional, dimana dimensi kerja meliputi kulitas output, kuntitas output, waktu kerja, kerjasama dengan rekan kerja. Menurut sumber dari Desperindag Kab. Cirebon, kondisi tersebut dipengaruhi oleh adanya krisis ekonomi, kenaikan harga bahan bakar, kenaikan tarif dasar listrik, dan masuknya produk – produk asing seperti dari Negara China. Meskipun demikian industri Batik Cirebon atau Batik Trusmi harus selalu dilestarikan keberadaanya karena merupakan salah satu aset dan budaya Bangsa

Indonesia. Sedangkan berdasarkan wawancara dari beberapa pemilik dari toko yang memproduksikan batik trusmi hal ini terjadi karena para pemilik hanya mengandalkan mesin atau teknologi sehingga kinerja dalam usaha berkurang, padahal batik itu lebih diminati apabila batik diproduksi dengan tangan para pekerja secara manual atau lebih jelasnya batik tulis akibat penggunaan mesin tersebut maka, banyak berkurangnya jumlah tenaga kerja.

menurut Evans (1994) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham (2012:46) kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan – gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Namun tidak selamanya pertumbuhan batik dapat berlangsung dengan baik, ada saja kendala yang hadapi para pengusaha batik seperti halnya dengan krisis perekonomian dan arus *globalisasi* seperti adanya perjanjian ASEAN – China Free Trade Agreement (ACFTA) sejak 1 Januari 2010 yang dimuat pada artikel Pikiran Rakyat tertanggal 29 oktober 2009. Kendala berikutnya seperti beredarnya batik ilegal ke pasar Indonesia pada tahun 2008 yang diindikasi berasal dari produk China yang diselundupkan yang diperkirakan mencapai 290 miliar rupiah. Menyebarnya batik asing ini dapat mengambil alih pangsa pasar batik yang selama ini menjadi tumpuan penghasilan para pengusaha batik lokal, termasuk batik Trusmi Cirebon. Hal ini disampaikan oleh Dirjen Industri Kecil dan Menengah (IKM) Departement Perindustrian Fauzi Aziz tertanggal 11 November 2011.

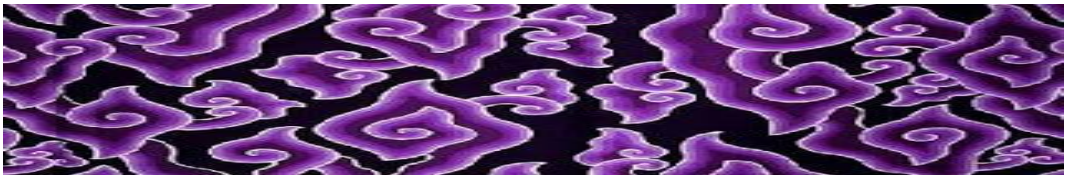
Masuknya batik asing asal China yang telah beredar luas di Indonesia sangat mengkhawatirkan para pengusaha batik, pasalnya para pengusaha harus bersaing ketat, tidak dengan para pesaing lokal sejenis saja namun dengan pesaing asing. Hal ini membuat para pengusaha harus mampu memberikan inovasi dan krativitas agar mampu menaikan kinerja usahanya yang selama ini telah dirintisnya dari nol.

Penurunan pendapatan para pengusaha tersebut dapat dilihat pada data penjualan produk batik Trusmi dibawah yang pertumbuhannya relatif semakin menurun.

Ada beberapa faktor dalam menentukan sebuah kinerja usaha agar selalu naik dan berkembang, salah satu faktornya yaitu kreativitas dan inovasi. Kreativitas harus selalu dikembangkan agar masyarakat tidak merasa bosan dan harus adanya inovasi sebuah produk atau gagasan agar para pelanggan lokal maupun asing makin banyak yang tertarik dan melirik batik khususnya batik Trusmi.

Motif Mega Mendung yang pada awalnya selalu berunsurkan warna biru diselingi warna merah menggambarkan maskulinitas dan suasana dinamis hal ini dikatakan oleh Bapak Katura ketika melakukan wawancara mengenai batik Trusmi Cirebon, warna biru diselingi warna merah menggambarkan maskulinitas dan suasana dinamis karena dalam proses pembuatannya ada campur tangan laki-laki. Kaum laki-laki anggota tarekatlah yang pada awalnya merintis tradisi batik. Warna biru dan merah tua juga menggambarkan psikologi masyarakat pesisir yang lugas, terbuka dan egaliter. Selain itu, warna biru juga disebut-sebut melambangkan warna langit yang luas, bersahabat dan tenang serta melambangkan pembawa hujan yang dinanti-nantikan sebagai pembawa

kesuburan dan pemberi kehidupan. Warna biru yang digunakan mulai dari warna biru muda sampai dengan warna biru tua. Biru muda menggambarkan makin cerahnya kehidupan dan biru tua menggambarkan awan gelap yang mengandung air hujan dan memberi kehidupan. Dalam perkembangannya, motif Mega Mendung mengalami banyak perkembangan dan dimodifikasi sesuai permintaan pasar. Motif megamendung dikombinasi dengan motif hewan, bunga atau motif lain. Sesungguhnya penggabungan motif seperti ini sudah dilakukan oleh para pembatik tradisional sejak dulu, namun perkembangannya menjadi sangat pesat dengan adanya campur tangan dari para perancang busana. Selain motif, warna motif megamendung yang awalnya biru dan merah, sekarang berkembang menjadi berbagai macam warna. Ada motif megamendung yang berwarna kuning, hijau, coklat dan lain-lain.



Gambar 1.1
Motif Mega Mendung

Selain kreativitas, faktor yang cukup berpengaruh dalam kenaikan sebuah kinerja usaha adalah inovasi. Menurut Ernani Hadiyati (2011:11) mengatakan bahwa Suryana (2003) manyatakan " inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan". Inovasi dari proses produksinya yaitu dengan menggunakan mesin atau teknologi, dahulu proses produksi dikerjakan secara manual seperti batik tulis dan batik cap, dengan pertimbangan

ekonomis diproduksi secara besar-besaran dengan cara disablon (printing) di pabrik-pabrik. Walaupun kain bermotif megamendung yang dihasilkan dengan proses seperti ini sebenarnya tidak bisa disebut dengan batik. Wujud motif megamendungpun yang dulunya hanya dikenal dalam wujud kain batik, sekarang bisa ditemui dalam berbagai macam bentuk barang. Ada yang berupa hiasan dinding lukisan kaca, produk-produk interior seperti ukiran kayu maupun produk-produk peralatan rumah tangga seperti sarung bantal, sprei, taplak meja dan lain-lain. Hal ini berpengaruh pada kinerja usaha pada Sentra Batik di Trusmi karena ide kreatif yang dituangkan sehingga terjadi sebuah keunikan dalam pembuatan batik hal ini membuat terobosan baru pada batik agar batik tetap diminati para pelanggannya.

Tabel 1.2
Hasil Kuisioner Awal

No.	Pertanyaan	Ya	Persentasi %	Tidak	Persentasi %
Kreativitas					
1	Anda selalu memberikan ide kreatif yang segar setiap saatnya.	**13**	**43,3%**	**17**	**56,7%**
2	Anda dapat membiarkan karyawan atau bawahan anda untuk dapat mengekspresikan ide-ide yang dimilikinya	**14**	**46,7%**	**16**	**53,3%**
3	Anda termasuk orang yang bebas dan berwawasan luas	**12**	**40%**	**18**	**60%**
Inovasi					
4	Anda selalu memberikan produk-produk yang menarik	**18**	**60%**	**12**	**40%**
5	Anda mampu memberikan pelayanan jenis baru bagi konsumen	**16**	**53,3%**	**14**	**46,7%**
6	Tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku batik	**12**	**40%**	**18**	**60%**
Kinerja Usaha					
7	Toko anda memiliki kualitas produk yang sangat bagus	**18**	**60%**	**12**	**40%**
8	Setiap hari selalu ada konsumen baru yang datang ke toko anda	**13**	**43,3%**	**17**	**56,7%**

9	Karyawan yang disiplin akan waktu kerja	**17**	**56,7%**	**13**	**43,3%**
10	Selalu ada peningkatan profit setiap harinya	**18**	**40%**	**12**	**60%**

Berdasarkan survey dari 30 responden dari pemilik usaha pada batik trusmi, variabel kreativitas menunjukan bahwa Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon masih kurang kreatif, dimana 56,7% pengusaha tidak memberikan ide kreatif yang segar setiap saatnya dan 43,3% pengusaha mampu memberikan ide kreatifnya. Lalu pengusaha dirasakan kurang memberikan kebebasan berekspresi pada karyawannya yang ditunjukan dari hasil survey awal dimana 53,3% pengusaha tidak memberikan kebebasan berekspresi, hanya 46,7% pengusaha yang memberikan kebebasan berekspresi bagi karyawannya untuk mampu mengembangkan ide – ide kreatifnya. Para pengusaha juga dirasakan tidak memiliki wawasan yang luas hal ini dibuktikan dari hasil survey awal bahwa 60% para pengusaha tidak memiliki wawasan yang luas dan 40% sisanya sudah memiliki wawasan yang luas. Lalu dari variabel inovasi, para pengusaha kurang dapat berinovasi ditandai dengan tidak tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku batik dan hal ini dibuktikan dengan hasil survey awal bahwa 60% responden menyatakan kurang dapat berinovasi ditandai dengan kurang tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku batik. Dan 40% sisanya menyatakan sudah tersedia bahan baku batik. Variable kinerja usaha menunjukan hasil yang kurang yang ditandai dengan 56,7% pengusaha menyatakan tidak adanya pelanggan baru yang datang ke toko dan 45,3% sisanya pengusaha menyatakan adanya pelanggan baru yang datang ke toko. Dari hasil

survey awal 60% para pengusaha menyatakan bahwa tidak adanya penigkatan profit setiap harinya, sedangkan 40% para pengusaha menyatakan bahwa ada penigkatan profit setiap saatnya.

Oleh karena itu, melihat dari fenomena diatas penulis mengambil penelitian tentang bagaimana kreativitas dan inovasi diterapkan pada Usaha Kecil Menengah di Indonesia khususnya Cirebon, dan akhirnya mengambil judul " **PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA PADA SENTRA UKM BATIK TRUSMI CIREBON** "

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Untuk mengetahui masalah – masalah apa saja yang sedang dihadapi maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masuknya batik asing asal China yang telah beredar luas di Indonesia sangat mengkhawatirkan para pengusaha batik, pasalnya para pengusaha harus bersaing ketat, tidak dengan para pesaing lokal sejenis saja namun dengan pesaing asing.
2. Batik Trusmi masih mengandalkan pasokan kain untuk pengengerjaan batik dari Pekalongan karena Cirebon masi belum punya produsen kain yang bisa memproduksi kain katun dan sutra dalam jumlah yang besar, kendala ini membuat produsen sulit memenuhi pesanaan dalam jumlah besar.
3. Pemasaran yang kurang maksimal membuat para pengrajin batik masih mengandalkan penjualan di daerah Trusmi dan Cirebon saja.

4. Keterbatasan peralatan membatik kerena dari 19 sentra batik di Indonesia, hanya ada enam usaha pembuat canting, 31 usaha pembuat cap batik, dan 10 usaha pembuat campuran malam. Padahal, total usaha batik yang tersebar di Pulau Jawa berjumlah 15.293 unit, dan adanya fluktuasi kain mori seperti kain mori prismisina dan kain mori prima dikarenakan kenaikan harga kapas sejak tahun 2009.
5. Pendidikan perajin batik yang belum memahami potensi batik sebagai bisnis, hal ini diungkapkan oleh Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu
6. Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon masih kurang kreatif, dimana pengusaha tidak memberikan ide kreatif yang segar setiap saatnya. Lalu pengusaha dirasakan kurang memberikan kebebasan berekspresi pada karyawannya yang ditunjukan dari hasil survey awal dimana pengusaha tidak memberikan kebebasan berekspresi. Para pengusaha juga dirasakan tidak memiliki wawasan yang luas hal ini dibuktikan dari hasil survey awal bahwa para pengusaha tidak memiliki wawasan yang luas. Lalu dari variabel inovasi, para pengusaha kurang dapat berinovasi ditandai dengan tidak tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku batik dan hal ini dibuktikan dengan hasil survey awal bahwa responden menyatakan kurang dapat berinovasi ditandai dengan kurang tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku batik. Variable kinerja usaha menunjukan hasil yang kurang yang ditandai dengan para pengusaha yang menyatakan tidak adanya pelanggan baru yang datang ke toko dan dari hasil survey awal pula para pengusaha menyatakan bahwa tidak adanya penigkatan profit setiap harinya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan masalah yang diuraikan tesebut, maka dapat dibuat sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kreativitas para pengusaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
2. Bagaimana Inovasi para pengusaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
3. Bagaimana kinerja usaha yang dihasilkan pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
4. Bagaimana hubungan Kreativitas dan Inovasi para pengusaha Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
5. Seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon secara simultan dan parsial.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan yaitu untuk membuktikan fakta empiris dari dari kreativitas, inovasi dan kinerja usaha.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Kreativitas para pengusaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.

2. Untuk mengetahui Inovasi para pengusaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
3. Untuk mengetahui kinerja usaha yang dihasilkan pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
4. Untuk mengetahui hubungan Kreativitas dan Inovasi para pengusaha Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.
5. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon secara simultan dan parsial.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan kualitas khususnya tentang kreativitas dan inovasi yang dimiliki pada seorang wirausaha dan mampu mengavaluasi setiap kegiatan usaha yang ada untuk menjadi lebih baik lagi guna mencapai visi dan misi bersama dan menaikan kinerja usaha pada Sentra UKM Batik Trusmi Cirebon.

2. Bagi Penulis

Sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menempuh strata satu yang diwajibkan oleh Program Studi Manajemen khususnya spesialisali dalam bidang bisnis Universitas Komputer Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan pedoman bagi civitas akademika.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dijadikan sumber referensi, dan dapat berguna bagi mahasiswa yang membaca.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari s/d Maret 2013 dalam memenuhi penelitian ini, penulis melaksanakan penelitian di Sentra Industri Batik Trusmi Cirebon, melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Jawa Barat, Unit Pengembangan UKM Batik Trusmi Cirebon, Jl. Perkantoran Kab. Cirebon.Berikut tabel penelitiannya :

Tabel 1.3
Jadwal Penelitian dari Bulan Januari s/d Juli 2013

Keterangan	Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul			
	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	2	3	4
Pengambilan Data																												
Analisis Data																												
Penyusunan Laporan																												
Sidang Usulan Penelitian																												
Hasil Penelitian																												
Sidang Akhir																												