BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya seperti inovasi, budaya kohesif, atau pelaksanaan yang baik. Strategi bersaing adalah pencarian akan posisi yang menguntungkan didalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Strategi bersaing bertujuan menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terdapat kekuatan-kekuatan yang menentukan persaing industri (Porter, 1994:1-3). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia harus siap bersaing menjelang ASEAN Economic Community (AEC) 2015 mendatang (Arief Sinaga, 2013). Dengan berlakunya Asean Economic Community, standar mutu produk akan menganut standar Asean. Selama ini produk-produk UKM yang memiliki peluang pasar luas di Asean, terkendala oleh standar mutu. Melihat besarnya peranan UKM nasional dalam perekonomian, kiranya semua pihak harus senantiasa melakukan upaya-upaya penguatan UKM agar bisa meningkatkan produktivitas dan kualitasnya agar berdaya saing, sehingga lebih siap menghadapi pasar bebas. Oleh karenanya, hambatan-hambatan klasik yang sering ditemui harus segera diatasi dan dicarikan jalan keluarnya, terutama aspek pembiayaan untuk mengembangkan usaha dan melakukan ekspor (INA/FMB, 2013).

Sebanyak 58 juta pelaku usaha mikro, kecil dan menengah Indonesia yang diperkirakan memenuhi angka itu pada 2014, empat tahun kedepan diharapkan ada yang mampu bereinkarnasi menjadi perusahaan go internasional. Harapan itu sangat rasional karena didukung operasional Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) yang tahun ini sudah mulai beroperasi pada 22 titik di seluruh indonesia. Jumlah itu memberi sikap optimisme bagi kementrian koperasi dan UKM. Deputi bidang produksi kementrian Koperasi dan UKM, Braman Setyo sebagai penanggungjawab pengembangan PLUT, mengatakan dengan jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) itu, peranan mereka tidak mengherankan bila 4 tahun mendatang menjadi perusahaan go internasional. "Go internasional" yang kami maksudkan, setidaknya sudah bisa mencapai tingkat Asean. Yang pasti kemapanan itu bisa menjadi tolak ukur mejadi sebagai salah satu pilar ketahanan ekonomi nasional. Jumlah UMKM saat ini 56,5 juta," kepada bisnis, Rabu (26/02/2014). Sasaran kedepan, menghadapi agenda Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Namun, pengembangan KUMKM membutuhkan pengungkit atau leverage yang mampu membangkitkan sense of entrepreneurs, mendongkrak produktifitas, dayasaing, dan kinerja sekaligus menekan biaya operasional bisnis (Mulia .G.M., 2014).

Pengembangan Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki nilai yang sangat strategis untuk mendorong ekonomi kerakyatan. sehingga akan berdampak secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi di kota Bandung. Bandung merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang banyak memiliki UKM, salah satunya berada di daerah Cibaduyut. Sebagai sentra sepatu terbesar di kota

Bandung, daerah Cibaduyut merupakan pusat penjualan sepatu yang sudah ada sejak lama, Banyak toko – toko maupaun pengrajin sepatu di cibaduyut seperti Garsel, Gareu, Oval dan Garuty, De & Dy, dll membuktikan adanya persaingan yang begitu ketat. Sedangkan perusahaan yang ingin bertahan dari persaingan ketat di cibaduyut, maupun gempuran ekonomi global pada tahun 2015 mendatang dalam kerjasama masyarakat ekonomi asean (MEA) harus bisa menciptakan keunggulan bersaingnya menempatkan pada posisi yang menguntungkan baik melalui keunggulan biaya dan strategi diferensiasi dalam meningkatkan kinerja usaha agar dapat bersaing di tengah perdagangan bebas yang tingkat persaingannya sangatlah kuat.

Menurt Porter, (1994:1). Strategi bersaing adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan, pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan didalam suatu industri, arena fundamental tempat persaingan terjadi. Sedangkan Kotler, (2001 : 312), Strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin. Jadi pengertian strategi bersaing adalah bagaimana upaya yang dilakukan sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan sebuah pasar yang menjadi sasarannya dengan cara memberikan keunggulan – keunggulan dalam bersaing, menganalisis pesaing serta melaksanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif. Menurut Porter (1994), terdapat dua tipe dasar dari keunggulan bersaing, yaitu : cost advantage dan diferentiation advantage. Suatu keunggulan kompetitif muncul ketika sebuah perusahaan dapat menghasilkan produk yang sama yang dihasilkan pesaingnya dengan biaya yang lebih rendah (cost

advantage), atau mengahasilkan produk/jasa yang berbeda dan lebih baik dari yang dihasilkan pesaingnya (differentiation advantage).

Sentra industri sepatu Cibaduyut merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur memproduksi dan menjualnya secara langsung, sebagai sentra sepatu terbesar di kota Bandung. Pentingnya biaya dan rencana strategi menetapkan keunggulan biaya. Menurut Porter, (1994:63). Keunggulan biaya terjadi apabila biaya kumulatif yang di keluarkan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas nilai lebih rendah dibandingkan dengan biaya kumulatif para pesaingnya. Bahan baku yang murah, proses produksi yang cepat, biaya promosi yang murah dan biaya pendistribusian barang murah merupakan faktor penentu keunggulan biaya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada Bapak Meizwar Piliang dan H. Agus Nurrohim sebagai pengusaha dan pemilik toko yang berproduksi sendiri mengenai keunggulan biaya, beliau mengatakan bahwa harga bahan baku yang diperoleh tinggi, proses produksi yang kurang efisien, kurangnya promosi menjadi kendala yang dihadapi oleh UKM sentra sepatu Cibaduyut. Selain menjadi perusahaan yang memiliki keunggulan biaya, strategi diferensiasi juga akan mendorong kinerja yang unggul pada UKM sentra sepatu Cibaduyut. Strategi diferensiasi menekankan pada sekumpulan tindakan yang terintegrasi, untuk menciptakan adanya perbedaan atau *differences* untuk barang atau jasa perusahaan. Perbedaan yang ditawarkan adalah dengan menciptakan suatu keunikan yang diterima industrinya, dan value bagi pelanggan (Sofjan Assauri, 2013:99). Citra merek, teknologi, inovasi dan fitur merupakan faktor penentu strategi diferensiasi. Melalui hasil survey dan wawancara Kepada Bapak

Meizwar Piliang dan H. Agus Nurrohim mengenai strategi diferensiasi, produk yang tidak unik, harga yang mahal, dan proses pengerjaan yang secara manual *handmade.* pendapat yang sama mengenai kinerja usaha pada UKM sentra sepatu Cibaduyut dikemukakan oleh Bapak Meizwar Piliang dan H. Agus Nurrohim yang mengalami penurunan penjualan, penurunan profit dan modal yang belum kembali. Kepada penulis, Bapak Meizwar Piliang dan H. Agus Nurrohim, mengatakan bahwa toko - toko yang berproduksi sendiri kini hanya berjumlah 173 unit, hanya 30% dari jumlah sentra industri sepatu yang berada di Cibaduyut yakni 577 unit. Jumlahnya itu menurun akibat banyaknya perusahaan gulung tikar karena tidak mampu bersaing.

Dari hasil wawancara yang di lakukan oleh penulis kepada pengusaha sepatu diatas, Selanjutnya penulis menyebarkan kuesioner awal kepada 20 toko yang berproduksi sendiri untuk mengetahui bagiamana pengaruh keunggulan biaya, strategi diferensiasi dan kinerja usaha pada UKM sentra sepatu Cibaduyut. Dapat dijelaskan dengan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1

Hasil Kuesioner Awal

No.	Pertanyaan	Ya	Persentasi %	Tidak	Presentasi %
Keunggulan Biaya					
1.	Apakah perusahaan anda sulit mendapatkan bahan baku dan harga bahan baku yang anda peroleh sangat mahal.	14	70 %	6	30 %
2.	Apakah produksi pada perusahaan anda mengalami penurunan.	12	60 %	8	40 %
3.	Apakah dalam pemasaran produk memerlukan biaya yang tinggi.	8	40 %	12	60 %

Diferensiasi					
4	Apakah produk yang di hasilkan perusahaan anda memiliki keunikan.	5	25 %	15	75 %
5	Apakah harga sepatu yang perusahaan anda jual relatif murah di bandingkan yang lain.	8	40 %	12	60 %
6	Apakah perusahaan anda menggunakan mesin dalam proses produksi.	6	30 %	14	70 %

Kinerja Usaha					
7	Apakah penjualan sepatu di perusahaan anda mengalami peningkatan	7	35 %	13	65 %
8	Apakah perusahaan mengalami penurunan profit.	9	45 %	11	55 %
9	Apakah investasi yang sudah dikeluarkan perusahan sudah kembali.	7	35 %	13	65 %

(Sumber : data diolah penulis).

Umumnya, masalah dasar yang dihadapi UKM Sepatu Cibaduyut Bandung adalah Keunggulan Biaya. Menurut hasil observasi dengan beberapa pengusaha sepatu di cibaduyut adalah :

1. Tingginya harga bahan baku dan sulit didapat membuat harga sepatu berbahan dasar kulit menjadi mahal.
2. Tingginya biaya produksi yang pengerjaannya masih menggunakan cara manual membuat harga sepatu menjadi mahal.
3. Pemasaran yang kurang baik.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sentra sepatu cibaduyut mengalami penurunan kelangkaan atas bahan baku yang berpengaruh terhadap biaya produksi

yang tinggi, dan penurunan produktifitas. Sehingga harga sepatu yang ditawarkan mengalami kenaikan.

Kurang tanggapnya pengusaha untuk menciptakan keunikan pada produk yang dihasilkan, menjadi masalah dasar yang dihadapi UKM sepatu cibaduyut. Menurut observasi yang dilakukan penulis kepada pengusaha sepatu cibaduyut.

1. Kurangnya inovasi produk, sehingga produk yang ada terlihat biasa dan tidak memiliki keunikan.
2. Perbedaan harga yang relatif tinggi.
3. Kurang modal dan pengetahuan tentang penggunaan mesin.

Selain itu, terdapat juga masalah mengenai kinerja usaha yang adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan sebuah perusahaan. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis pada pengusaha sepatu cibaduyut.

1. Dengan banyak kompetitor dan biaya produksi yang tinggi mempengaruhi penurunan tingkat penjualan.
2. Penurunan penjualan yang dialami berdampak pada menurunnya profit perusahaan.
3. Minimnya modal seringkali menjadi alasan pengusaha.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada sejumlah pemilik toko sekaligus pengrajin sepatu yang berada di daerah Cibaduyut. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut sebagai bahan dalam penulisan skripsi dengan judul : **"PENGARUH KEUNGGULAN BIAYA DAN STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP PENINGKATKAN KINERJA USAHA PADA UKM SEPATU CIBADUYUT BANDUNG"**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian, serta untuk memberi batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah ditetapkan sebagai berikut :

1. Harga bahan baku yang tinggi, penurun produksi dan pemasaran yang kurang baik menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
2. Proses produksi yang tidak menggunakan mesin, harga yang tinggi dan produk tidak berbeda (unik) menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
3. Kualitas produk, penurunan penjualan dan investasi yang belum kembali menjadi permasalahan pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagia berikut :

1. Bagaimana keunggulan biaya pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
2. Bagaimana strategi diferensiasi pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
3. Bagaimana kinerja usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
4. Bagaimana pengaruh keunggulan biaya terhadap kinerja usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
5. Bagaimana pengaruh diferensiasi terhadap kinerja usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

6. Bagaimana pengaruh keunggulan biaya dan strategi diferensiasi terhadap kinerja usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksudnya adalah mengumpulkan data dan informasi terkait dengan " Pengaruh Keunggulan Biaya dan Strategi Diferensiasi terhadap peningkatkan Kinerja Usaha". untuk kemudian di teliti.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui;

1. Keunggulan Biaya pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
2. Strategi Diferensiasi pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
3. Kinerja Usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
4. Pengaruh Keunggulan Biaya terhadap Kinerja Usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
5. Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Kinerja Usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.
6. Pengaruh Keunggulan Biaya dan Strategi Diferensiasi terhadap kinerja usaha pada UKM di sentra sepatu Cibaduyut.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan ilmu ekonomi

terutama implementasi dalam strategi manajemen pada organisasi secara umum maupun akademik.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keunggulan biaya dan diferensiasi dalam meningkatkan kinerja usaha terutama pada industri kecil sepatu di daerah cibaduyut. disamping itu juga, hasil penelitian ini di harapkan menjadi sumber informasi bagi para wirausaha yang ingin mengembangkan usaha melalui kerjasama untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan menciptakan para manajer/pemilik/pengrajin dimasa mendatang.

1.5 **Lokasi Penelitian**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan usulan penelitian untuk skripsi ini, penulis melakukan Penelitian dilakukan pada UKM di sentra sepatu cibaduyut Jl. Cibaduyut Raya Bandung.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini di mulai pada bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2014.

Tabel 1.1

Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

No.	Keterangan	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	Usulan Penelitian																				
2	Analisis Data																				
3	Penyusun UP																				
4	Bimbingan																				
5	Seminar UP																				
6	Proses Bimbingan																				
7	Batas bimbingan																				
8	Sidang Akhir																				