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 salah satu Kota yang ada di Provinsi Jawa Barat, Cimahi juga dikenal dengan peran dan fungsinya sebagai kota Industri kreatif, dan terutama kota tujuan wisata. Banyaknya UKM yang berkembang pun terjadi di Kota Cimahi, saat ini banyak terdapat UKM yang berdiri dan menawarkan banyak produk yang beraneka ragam dan perkembangannya pun terbilang baik. Berdasarkan data terbaru dari DINAS KOPERASI UKM DAN PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN KOTA CIMAHI tahun 2016, terdapat sebanyak 92 Home Industri UKM yang ada di Kota Cimahi. Namun, dengan semakin banyak wirausahawan yang ada didalam satu sentra yang mana hal ini yang sama – sama menawarkan produk yang hampir serupa, maka dengan

sendirinya tercipta persaingan antar pelaku usaha. Hal ini dapat dilihat dari jumlah UKM yang ada pada sebuah Sentra untuk menawarkan produk mereka yang memiliki ciri khas masing – masing. Dalam tingkat persaingan yang semakin ketat yang dikarenakan banyak UKM yang bermunculan didalam satu sentra, maka produk pada nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Agar dapat bertahan dalam persaingan dan berupaya unggul dalam persaingan, maka perusahaan tidak boleh bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan semata tetapi perusahaan juga harus memiliki dan menerapkan strategi dalam menawarkan produknya.

Salah satu Sentra industri UKM yang ada di Kota Cimahi yaitu Sentra Susu Cipageran Cimahi. Terletak disebuah pemukiman warga di Jalan Kademangan Pojok Tengah, Kecamatan Cimahi Tengah, Cimahi. Fokus sentra ini adalah memproduksi berbagai macam produk olahan dari susu seperti sabun susu, sabun yoghurt, kerupuk susu yang diberi varian rasa seperti buah naga, wortel, dan tempe. Adapaun produk stik susu, ranginang susu, seroja susu, karamel, comring susu, keju mozzarella, susu pasteurisasi, yoghurt, dan es krim. Terdapat 35 pelaku usaha pengolah susu sapi perah ini terbagi menjadi 6 kelompok yang masing – masing kelompoknya memilki struktur organisasi tersendiri dengan pengolahan dan tata tersendiri untuk kepentingan bersama.

Sentra Susu Cipageran Cimahi ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi susu , namun pada perkembangan yang terjadi pada dunia

usaha saat ini, Sentra Susu Cipageran Cimahi ini menghadapi beberapa

kendala seiring dengan bermunculannya para pengusaha dibidang susu murni yang memiliki kapasitas produksi sangat besar sehingga munculnya beberapa pesaing yang mempengaruhi penjualan produk di Sentra Susu Cipageran Cimahi, seperti data yang dipaparkan dibawah ini.

Tabel 1.1

Data Penjualan Produk Sentra Susu Cipageran Cimahi

No	Bulan	Sabun Susu (Pack)	Kerupuk Susu (Bungkus)	Permen Susu (Bungkus)	Yoghurt (Pack)	Ice Cream (Pack)
1	Januari	25	50	70	260	35
2	Februari	39	65	91	555	48
3	Maret	37	69	86	479	54
4	April	47	78	71	359	63
5	Mei	69	70	84	542	66
6	Juni	58	72	82	478	52
7	Juli	60	56	90	652	70
	Total	335	460	574	3325	388
	Persentase	33,5%	46%	57,4%	332,5%	38,8%

Berdasarkan data penjualan diatas, dapat disimpulkan bahawa Sentra Susu Cipageran Cimahi mengalami penjualan yang fluktuatif. Agar dapat memperkuat fenomena diatas, penulis melakukan survey awal kepada beberapa pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi yang mana hasilnya dapat dilihat pada

tabel berikut ini :

Tabel 1.2 Survei Awal

PERTANYAAN	JAWABAN			
Orientasi Kewirausahaan	**YA**		**TIDAK**	
1. Apakah anda berusaha untuk menciptakan kategori produk baru	**15**	**43%**	**20**	**57%**
2. Apakah anda berusaha untuk membangun kemitraan dengan partner terbaik	**25**	**71%**	**10**	**29%**
3. Apakah anda berusaha untuk menghindari kegagalan	**25**	**71%**	**10**	**29%**
Inovasi Produk	**24**	**69%**	**11**	**31%**
4. Apakah anda melakukan usaha untuk menciptakan produk yang relatif baru				

untuk sebuah pasar				
5. Apakah anda berusaha untuk membuat produk yang relatif baru bagi usaha anda	**14**	**40%**	**21**	**60%**
6. Apakah anda berusaha untuk menciptakan produk yang termasuk baru bagi usaha anda maupun pasar	**14**	**40%**	**21**	**60%**
Keunggulan Bersaing				
7. Apakah anda berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari pada para pesaing usaha	**13**	**37%**	**22**	**63%**
8. Apakah produk yang anda hasilkan memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri	**25**	**71%**	**10**	**29%**
9. Apakah anda membidik segmen – segmen tertentu untuk setiap produk yang anda hasilkan terhadap pasar	**14**	**40%**	**21**	**60%**

Sumber : data yang diolah 2016

Berdasarkan hasil survey awal kepada 35 pemilik unit usaha yang di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 43% pemilik unit usaha menyatakan unit usahanya berusaha untuk kategori produk yang baru, dan sebanyak 57% responden menyatakan tidak berusaha untuk menciptakan kategori produk yang baru. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Bapak Rasyid :

"Kami tidak menciptakan produk baru lagi karena produk yang kami hasilkan sudah cukup banyak, tapi mungkin kedepannya akan kami pikirkan untuk ide-ide terbaru lainnya".

Berdasarkan hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 71% pemilik unit usaha menyatakan bahwa memiliki hubungan kemitraan dengan partner terbaik, dan sebanyak 29% pemilik unit usaha menyatakan belum membangun hubungan kemitraan yang baik dengan partner, Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Ibu Rossa :

"Menjalin hubungan kemitraan yang baik dengan partner usaha itu penting, karena itu salah satu sumber mata pencarian kami".

Berdasarkan hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 71% pemilik unit usaha menyatakan bahwa selalu berusaha untuk menghindari kegagalan, dan sebanyak 29% pemilik unit usaha menyatakan belum cukup berusaha dalam menghindari kegagalan, Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan

kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Bapak Uden :

"Ya kita sebisa mungkin menghindari kegagalan, karena Sentra disini kan bisa dibilang menjadi mata pencarian utama warga disini".

Berdasarkan hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 69% pemilik unit usaha menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar namun tidak benar – benar baru bagi Sentra, dan sebanyak 31% pemilik unit usaha menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru untuk sebuah pasar namun tidak benar – benar baru bagi Sentra, Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Ketua Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Rani :

"Produk yang kita pasarkan ini cenderung masih baru dipasaran, oleh karena itu kami memfokuskan pada produk – produk ini saja dulu, untuk urusan itu mungkin bisa jadi planning kedepan."

Berdasarkan hasil dari survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 40% pemilik unit usaha menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi Sentra, namun tidak benar – benar baru untuk sebuah pasar, dan sebanyak 60% pemilik unit usaha menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi Sentra, namun tidak benar – benar baru untuk sebuah pasar, Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Susi :

"Tidak usah bikin produk lagi, dapet hasil dari penjualan produk ini juga

udah untung".

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 40% pemilik unit usaha menyatakan telah berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi Sentra maupun untuk sebuah pasar, dan sebanyak 60% pemilik unit usaha menyatakan belum berusaha untuk menciptakan produk yang relatif baru bagi Sentra maupun untuk sebuah pasar, Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Rosita :

"Nanti aja kita pikirkan dan rundingkan sama yang lainnya, sekarang masih fokus dulu ke produk yang ini".

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 37% pemilik unit usaha menyatakan telah berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari para pesaing usaha, dan sebanyak 63% pemilik unit usaha tidak berusaha untuk menekan harga lebih rendah dari para pesaing usaha, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Nila :

"Tidak usahlah, kita disini sportif aja saingannya rezeki sudah ada yang ngatur".

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 71% pemilik unit usaha menyatakan produk yang dihasilkan telah memiliki keunikan dan ciri khas

tersendiri, dan sebanyak 29% pemilik unit usaha menyatakan produk yang dihasilkan belum memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Ibu Diah :

"Produk yang kita hasilkan bisa dibilang sudah sangat unik dibandingkan pesaing – pesaing yang lain".

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan kepada 35 pemilik unit usaha di Sentra Susu Cipageran Cimahi, sebanyak 40% pemilik unit usaha menyatakan membidik segmen tertentu dalam setiap produk yang dihasilan, dan sebanyak 60% tidak membidik segmen tertentu untuk setiap produk yang dihasilkan, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu pelaku usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi Bapak Agus :

"Kita tidak terlalu membidik segmentasi pasar, karena kami rasa produk susu yang kami pasarkan hampir semua kalangan suka".

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan terhadap pemilik unit usaha hasilnya bahwa unit usaha yang ada di Sentra Susu Cipageran Cimahi 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 (Studi Kasus Pada Sentra Susu Cipageran Cimah)".

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang beberapa fenomena diantaranya adalah :

1. Lemahnya kemampuan dalam hal memprediksi atau membaca faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh para pemilik usaha Sentra Susu Cipageran Cimahi. Kurang melakukan perubahan dalam usahanya serta kesulitan mengelola perubahan yang dilakukan.
2. Inovasi yang dilakukan masih kurang dalam hal memenangkan persaingan, sehingga Sentra Susu Cipageran Cimahi cenderung untuk mencari pasar tersendiri yang relatif 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 Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Bagaimana Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
4. Apakah Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi 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 Sentra Susu Cipageran Cimahi.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
2. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.
4. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Susu Cipageran Cimahi.

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 Sentra Susu Cipageran Cimahi. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan Maret 2016.

Tabel 1.3

Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	Februari				Maret				April				Mei				Agusutus			
	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																				