BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan usaha semakin meningkat dari tahun ketahun di berbagai sektor ekonomi, baik dari sektor industri tekstil, industry pertanian bahkan industry kreatif, semakin menigkatkan produksi untuk meningkatkatkan penjualan. Industry kreatif merupakan suatu industry yang harus dikembangkan, karena industry ini merupakan suatu industry yang dapat menggabarkan kualitas tenaga kerja di Indonsia yang mempunyai kualitas, berfikir kreatif dan inovatif.

Ekonomi Kreatif atau bisa disebut Industri Kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Di beberapa negara, ekonomi kreatif memainkan peran signifikan. Di Inggris, yang pelopor pengembangan ekonomi kreatif, industri itu tumbuh rata-rata 9% per tahun, dan jauh di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi negara itu yang 2%-3%. Sumbangannya terhadap pendapatan nasional mencapai 8,2% atau US$ 12,6 miliar dan merupakan sumber kedua terbesar setelah sektor finansial. Ini melampaui pendapatan dari industri manufaktur serta migas. Di Korea Selatan, industri kreatif sejak 2005

menyumbang lebih besar daripada manufaktur. Di Singapura ekonomi kreatif menyumbang 5% terhadap PDB atau US$ 5,2 miliar.

Saat ini industri kreatif di dunia tumbuh pesat. Ekonomi kreatif global diperkirakan tumbuh 5% per tahun, akan berkembang dari US$ 2,2 triliun pada Januari 2000 menjadi US$ 6,1 triliun tahun 2020. Di Indonesia, ekonomi kreatif cukup berperan dalam pembangunan ekonomi nasional. Hanya, ia belum banyak tersentuh oleh campur tangan pemerintah. Ini karena pemerintah belum menjadikannya sebagai sumber pendapatan negara yang penting. Pemerintah masih fokus pada sektor manufaktur, fiskal, dan agrobisnis.

Berdasarkan studi pemetaan industri kreatif yang dilaksanakan Departemen Perdagangan Tahun 2007 diperoleh informasi bahwa kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia dapat dilihat pada lima indikator utama, yaitu Produk Domestik Bruto (PDB), ketenagakerjaan, jumlah perusahaan, ekspor dan dampak terhadap sektor lain.

Menurut data Departemen Perdagangan, industri kreatif pada 2006 menyumbang Rp 104,4 triliun, atau rata-rata 4,75% terhadap PDB nasional selama 2002-2006. Jumlah ini melebihi sumbangan sektor listrik, gas dan air bersih. Tiga subsektor yang memberikan kontribusi paling besar nasional adalah fashion (30%), kerajinan (23%) dan periklanan (18%).

Selain itu, sektor ini mampu menyerap 4,5 juta tenaga kerja dengan tingkat pertumbuhan sebesar 17,6% pada 2006. Ini jauh melebihi tingkat pertumbuhan tenaga kerja nasional yang hanya sebesar 0,54%. Namun, ia baru memberikan kontribusi ekspor sebesar 7%, padahal di negara-negara lain, seperti Korsel, Inggris dan Singapura, rata-rata di atas 30%.

Ke depan, ekonomi kreatif secara umum dan industri kreatif khususnya diyakini akan menjadi primadona. Ada tiga alasan yang mendasari keyakinan tersebut, yaitu hemat energi karena lebih berbasis pada kreativitas, lebih sedikit menggunakan sumber daya alam, dan menjanjikan keuntungan lebih tinggi. Ketiga faktor di atas juga ditopang oleh ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang belimpah. Saat ini jumlah penduduk Indonesia sekitar 230 juta. Populasi yang berusia 15-29 tahun berkisar 40,2 juta atau hampir 18,4% merupakan pasar yang sangat gemuk bagi produk-produk industri kreatif.

Departemen Perdagangan telah menyusun rencana jangka panjang pengembangan industri kreatif. Targetnya adalah meningkatkan kontribusi terhadap PDB. Tahun 2009-2015 ditargetkan naik 7%-8%. Pada tahun 2002-2006 kontribusinya 6,2% atau senilai Rp 104,7 triliun.Sumbangannya terhadap PDB memang masih kalah jika dibandingkan dengan industri kreatif negara maju, misalnya Inggris 7,9% dengan rata-rata pertumbuhan 9% per tahun. Namun Indonesia lebih baik dari Selandia Baru (3,1%) dan Australia (3,3%).

Tahun 2009-2015 yang disebut sebagai tahap penguatan dasar ditargetkan kontribusi industri kreatif terhadap ekspor nasional menjadi 11%-12% serta penyerapan tenaga kerjanya meningkat pada kisaran antara 6% dan 7%. Periode tahun 2015-2025 merupakan tahap akselerasi atau percepatan pertumbuhannya dan diharapkan kontribusinya terhadap PDB naik menjadi 9%-11%, pada nilai ekspor nasional 12%-13%, serta penyerapan tenaga kerja 9%-11%. (Sumber : http://arif-dani.blogspot.co.id/2012/01/peran-industri-kreatif-dalam.html)

Salah satu industry kreatif yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi adalah Unit Pelaksanaan Tingkat Daerah di bawah Perdaganagan dan Perindustrian UMKM Keramik Plered (UPTD Litbang Keramik Plered) yang terletak dijalan Jl. Raya Anjun-Plered-Purwakarta, Anjun, Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41162. UPTD Keramik Plered merupakan suatu lembabaga yang menaungi industry rumah keramik plered, yang terdiri dari berbagai industry keramik rumahan dan mempunyai 300 orang pengrajin asli putra daerah asal Plered Purwakarta.

Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada UPTD Litbang Keramik Plered, langkah pertama yang dilakukan penulis adalah melakukan survei awal yaitu dengan mewawancarai pimpinan dari UPTD Litbang Keramik Plered, yang di sajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1

Wawancara Pimpinan UPTD Litbang Keramik Plered

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Sejak Kapan UPTD Litbang Keramik Plered berdiri, dan pencapaian apa saja yang telah di raih oleh UPTD **?**	"UPTD Litbang Keramik Plered mulai berdiri legal secara hukum pada tahun 2002, dan sampai saat ini telah menaungi 300 orang pengrajin dari seluruh daerah Plered, untuk pencapainnya sendiri,tingkat produktivitas pegawai sangat baik, setiap pegawai dapat menghasilkan 50 barang ukuran kecil, seperti asbak untuk rokok, dan 10 barang ukuran besar seperti pot bunga. Kemudian untuk pencapai secara besar UPTD Litbang Keramik Plered telah menjual Produknya di Pasar tradisional, lokal dan internasinal."
2.	Dimanakah pendistribusian pasar tradisional, pasar lokal dan internasional produk keramik UPTD Litbang Keramik Plered	Proses pendistribusian produk ke pasar tradisional, UPTD Litbang Keramik Plered mendistribusikan produknya melalui agen distributor yang ada di kawsan kecamatan Plered yang ada di kawasan jalan Anjun. Kemudian untuk pasar lokar, UPTD Litbang Keramik Plered mendistribuskan produknya ke kota-kota besar di Indonesia sepert, Bandung, Jakarta, Surabaya, Yogyakarta serta Pulau Sumatra dan Kalimantan. Sedang untuk Pasar Internasional UPTD Litbang Keramik Plered mendistribusikan produknya ke negara Amerika, Inggris dan korea.
3.	Adakah kendala dalam pelaksanaan bisnis yang dilakukan oleh UPTD Litbang Keramik Plered ?	Kendala yang di hadapi oleh UPTD Litbang Keramik Plered terjadi pada saat proses produksi produk, hal ini disebabkan proses produksi yang di lakukan secara tradisional dan faktor cuaca mempunyai peran penting dalam proses ini,

NO	Pertanyaan	Jawaban
		penjemuran dengan melalui panas matahari merupakan proses awal sebelm pembakaran mengunakan tungku.
4.	Apakah UPTD Litbang sudah mempunyai alat (mesin) modern untuk proses produksi?	UPTD Litbang Keramik Plered telah mempunyai mesin pembakaran keramik yang modern, akan tetapi proses produksi memakan biaya yang cukup besar, karena bahan bakar yang digunakan jika ingin mendapatkan hasil yang maksimal harus menggunakan batu bara. Untuk hasil produksinya pun cukup berbeda, jika tungku manual melakuakn pembakaran 100 unit, dapat menghasilkan 80 unit produk dengan kualitas baik, 20 sisanya tidak layak jual. kemudian jika menggunakan mesin, jika membakar keramik 100 unit, produk yang tidak layak jual 10 unit.
5.	Apakah ada kendala lain selain hal tersebut, seperti bahan baku, pegawai, dan pelanggan atau pembabayaran upah yang kurang?	Dari segi bahan baku sangat melimpah, kami mempunyai tiga tempat penghasil bahan bagu, yaitu Tegalwaru, Plered dan Sukatani. Kemudian pegawai pun memadai, untuk pelanggan kami sudah mempnyai pelanggan baik lokal maupun nasional dan untuk pembayaran upah, pegawai dibayar berdasarkan seberapa banyak unit produk yang kualitasnya baik setelah pembakaran.

Sumber : Hasil Survei Awal

Dari hasil uran tersebut penulis menyimpulkan bahwa UPTD Litbang Keramik Plered sudah bisa bertahan di persaingan usaha akan tetapi mempunyai kendala dalam

system produksi, yang menyebabkan hasil output produk tidak sesuai dengan target dan berdampak pada pendapatan dan upah pegawai. Dalam hal ini penulis tertarik melakukan penelitian menganai strategi pengembangan usaha.

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kemudian penulis melakukan observasi dan wawancara ke berbagai industry rumahan di bawah naungan UPTD Litbang Keramik Plered dan agen penjualan keramik plered yang ada di jalan Anjun. Hal ini di lakukan untuk memperkuat argumen dari narasumber awal. Penulis melakukan observasi ke agen penjualan. Kemudia penulis melakukan observasi ke industry rumahan, untuk menemukan masalah yang ada pada proses produksi dan penjualan, yang penulis deskripsikan pada tabel berikut

Tabel 1.2

Wawancara Agen Penjualan *home Industry* anggota UPTD Litbang Keramik Plered

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apakah ada kendala dalam penjualan produk keramik plered ?	Kendala dalam memasarkan produk ini hanya satu untuk agen penjualan yaitu, kualitas produk keramik plered kalah saing kualitasnya dengan keramik dari Yogyakarta, dan bisa dilihat sendiri perbedaannya, dari segi kehalusan dan nilai seninya. Perbedaannya, dengan adanya naungan

NO	Pertanyaan	Jawaban
		UPTD Litbang penjualan keramik meningkat akan tetapi mulai menurun, karena kualitasnya kalah saing.

Sumber : Hasil Survei Awal

Dari hasil observasi dan wawancara langsung ada faktor lain yang dapat mendukung strategi pengembangan usaha yaitu, peningkatan kualitas produk, hal ini disebabkan oleh kualitas produk pesaing semakin meningkat, sehingga berpengaruh pada pendapatan pengusaha, dan berkurangnya pelanggan karena beralih ke produk lain.

Menurut Kotler (2005:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat". Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa " Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas ".

Perbaikan kualitas produk sangat diperlukan supaya UPTD Litbang Keramik Plered dapat bertahan menghadapi pesaing yang semakin banyak, selain itu UPTD Litbang Keramik Plered juga tidak mempunya kendala, dari segi tenaga kerja, modal, dan pendapatan, sehingga peluang keberhasilan usaha sangat tinggi.

Menurut Suyatno (2010:179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan

dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan *image* perusahaan.

Akan tetapi pendapatan UMKM UPTD Litbang Keramik Plered sedang menutun karena hadirnya pesaing dengan kualitas yang lebih baik yaitu Keramik dari Yogyakarta, dan keramik dari Korea, dan hal ini menyebabkan usaha keramik Plered sepi pelanggan, seperti pernyaataan diatas. Selain itu faktor eksternal juga mempengaruhi pendapatan pengusaha yang penulis jelaskan pada tabel berikut :

Tabel 1.3

Wawancara *home Industry* anggota UPTD Litbang Keramik Plered

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana usaha kerajinan keramik saat ini, tambah baik atau menurun penjualannya ?	Untuk pesanan produk selalu ada akan tetapi tidak menentu, kalau biasanya 1 bulan sekali, sekarang menjadi 2 bulan sekali atau 1 setengah bulan sekali, karena cuaca sedang tidak mendukung, perbaikan tol cipulang pun menjadi salah satu faktor penghambat distribusi produk, karena jalan macet akibat perbaikan jalan.

Sumber : Hasil Survei Awal

Pada dasarnya UPTD Litbang Keramik Plered sudah mempunyai pelanggan tetap akan tetapi semakin sepi, seperti peryataan diatas yang biasanya 1 bulan sekali

pesan, menjadi 2 bulan atau 1 setengah bulan, yang di sebabkan faktor eksternal usaha, yang menyebabkan semakin berkurangnya pendapatan dan berkurangnya pelanggan.

Kemudian dari segi analis SWOT UPTD Litbang keramik Plered mempunyai bahan baku serta pengrajin yang menjadi kekuatan (S), dan mempunyai kelamhan (W) dalam proses produksi dan kualitas produk. Sedangkan dari segi peluang (O) UPTD telah mempunyai pelanggan baik secara lokal, tradisional maupun internasional untuk mengembangkan usaha lebih maju dan ancaman (T) yang dimiliki oleh UPTD Litbang Keramik Plered adalah munculnya pesaing secara nasional dan internasional.

Dari Berdasarkan penjelasan tersebut, Maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam skripsi dengan judul "**Strategi Pengembangan Usaha disertai Peningkatan Kualitas Produk untuk Mencapai Keberhasilan Usaha Menggunakan Analisis SWOT.**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini penulis melakukan identifikasi masalah dari latar belakang penelitian yang penulis lakukan dan mendapatkan hasil identifikasi sebagai berikut:

UPTD Litbang Keramik Plered masih menggunakan proses manual dalam memprosuksi keramik, sehingga berdampak pada kualitas keramik itu sendiri, pendapatanpun semakin menurun karena tingkat kegagalan produk mencapai rata 20%. Dari dampak menurunnya kualitas keramik Plered

menyebabkan produk keramik Plered kalah saing dengan produk pesaing, dan hal ini berdampak pada pendapatan pengusaha yang semakin menurun.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagimana merumuskan strategi untuk mengebangkan usaha disertai peningkatan kualitas produk untuk mencapai keberhasilan usaha dengan menggunakan analisis matrik SWOT?
2. Bagaimana staregi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan supaya mampu tetap bersaing dengan perusahaan dalam negeri dan luar negeri yang semakin ketat menggunakan analisis matrik SWOT?

1.3 Tujuan Penelitan

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan analisis strategi untuk mengebangkan usaha disertai peningkatan kualitas produk untuk mencapai keberhasilan usaha dengan menggunakan analisis matrik SWOT.
2. Melakukan analisis straregi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan supaya mampu tetap bersaing dengan perushaan dalam negeri dan luar negeri yang semakin ketat menggunakan analisis matrik SWOT.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai

pihak

1.4.1 Kegunaan Praktis

Kegunaan penelitian bagi perusahaan adalah memberikan sebuah informasi berupa data yang telah di olah, yang di harapkan dapat memberikan perubahan yang lebih baik, seperti meningkatkan propabilitas perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

a. Bagi pengembangan Ilmu Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat meberikan informasi serta referensi untuk manajemen bisnis

b. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi penulis maka melakukan peneltian pada UPTD Litbang Keramik Plered dijalan Jl. Raya Anjun-Plered-Purwakarta, Anjun, Plered, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41162

1.6.2 Waktu Penelitian

Dalam penyusunan data dan Informasi untuk Proposal Usulan Penelitian di UPTD Litbang Keramik Plered , dilakukan selama 4 bulan dimulai Maret 2017 hingga Juli 2017.

Tabel. 1.4

Waktu Penelitian

NO.	Uraian	Waktu Kegiatan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey tempat Penelitian																				
2.	Melakukan Penelitian																				
3.	Mencari Data																				
4.	Membuat Proposal																				
5.	Seminar																				
6.	Revisi																				
7.	Peneltian Lapangan																				
8.	Bimbingan																				
9.	Sidang																				