

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern sekarang ini, industri memiliki peran yang besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Khususnya di Indonesia yang sering di bahas oleh kalangan pemerintah salah satu nya adalah industri kreatif yang mulai muncul dan mendukung visi Indonesia yaitu menjadi negara yang maju. Didalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera dan kreatif.

Perkembangan dunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya menjadi paradigma ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatifitas. Pergeseran tersebut terjadi karena paradigma ekonomi berbasis sumber daya yang selama ini dipandang cukup efektif dalam mempercepat pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis, dianggap telah gagal mengadaptasi dan mengakomodasi berbagai perubahan lingkungan bisnis. Seiring dengan dinamika perubahan lingkungan bisnis, era kehidupan ekonomi pun terus berputar dan bergerak maju.

Industri kreatif di Indonesia sudah berkembang kurang lebih sejak sepuluh tahun yang lalu. Tidak dapat dipungkiri bahwa industri kreatif ini cukup menyumbang dana yang besar, baik untuk pendapatan nasional maupun untuk pendapatan daerah. Sehingga sangat wajar apabila pemerintah mulai melirik industri kreatif ini untuk dikembangkan lebih besar lagi. Hal ini tampak dari hasil survey Departemen Perdagangan Republik Indonesia yang menyatakan bahwa GDP (*Gross Domestic Product*) atau Produk Pendapatan Kotor dalam negeri yang disumbang oleh Industri Kreatif di Indonesia mencapai 6,3%, menyerap 5,4 persen tenaga kerja, dan berkontribusi 9 persen dari total nilai ekspor nasional. Upaya yang lebih kongkret

dilakukan Pemerintah dengan mencanangkan tahun 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif.

Penerbitan dan percetakan di Indonesia termasuk kedalam industri kreatif. Dewasa ini Indonesia memiliki 14 lapangan usaha industri kreatif diantaranya yaitu Fesyen, Kerajinan, Desain, Periklanan, penerbitan dan percetakan, music, arsitektur, televise dan radio, layanan komputer dan piranti lunak, riset dan pengembangan film, video dan fotografi, pasar dan barang seni, permainan interaktif, dan seni pertunjukan. Dibawah ini ditampilkan Tabel 1.1 tentang perbandingan kontribusi nilai tambah bruto dari 14 subsektor industri kreatif.

Tabel 1.1
Perbandingan kontribusi Nilai Tambah Bruto Dari 14 Subsektor Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2010-2014

LAPANGAN USAHA							
NO	INDUSTRI KREATIF	2010	2011	2012	2013	2014	Rata-rata
1	FESYEN	47,02%	44,75%	44,93%	43,56%	43,38%	45,79%
2	KERAJINAN	23,29%	23,60%	24,51%	25,29%	24,59%	24,22%
3	DESAIN	6,54%	6,80%	6,15%	6,42%	6,38%	6,57%
4	PERIKLANAN	5,78%	5,96%	6,92%	7,18%	7,58%	6,42%
5	PENERBITAN DAN PERCETAKAN	5,80%	5,67%	5,21%	5,12%	5,12%	5,27%
6	MUSIK	5,03%	5,83%	5,01%	5,12%	5,20%	4,76%
7	ARSITEKTUR	2,36%	2,73%	2,37%	2,47%	2,59%	2,44%
8	TELEVISI DAN RADIO	1,47%	1,54%	1,53%	1,57%	1,64%	1,51%
LAYANAN KOMPUTER							
9	DAN PIRANTI LUNAK	0,75%	0,93%	1,07%	1,12%	1,19%	0,95%
10	RISET DAN PENGEMBANGAN	0,63%	0,68%	0,68%	0,71%	0,75%	0,68%
11	FILM, VIDEO DAN FOTOGRAFI	0,56%	0,60%	0,58%	0,60%	0,63%	0,59%
12	PASAR DAN BARANG SENI	0,55%	0,55%	0,57%	0,43%	0,47%	0,50%
13	PERMAINAN INTERAKTIF	0,22%	0,27%	0,29%	0,32%	0,36%	0,28%
14	SENI PERTUNJUKAN	0,09%	0,09%	0,09%	0,10%	0,10%	0,09%

TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%
-------	------	------	------	------	------	------

Sumber: Pengembangan Sumber Ekonomi Kreatif 2025; Kemendag

Berdasarkan tabel 1.1 diatas diketahui bahwa dari 14 sub sektor industri kreatif sampai saat ini masih dikuasai oleh Fesyen dengan rata-rata sebesar 45,79% dan kerajinan sebesar 24,22 diikuti dengan Desain, periklanan dan penerbitan Dan Percetakan (6,57%, 6,42%, 5,27%).

Industri kreatif di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun seperti: DKI Jakarta menjadikan budaya dan teknologi sebagai basis pengembangan ekonomi kreatif. Pemprov berencana mengembangkan kawasan Ancol sebagai pusat kegiatan kreatif dan ekonomi kreatif. Saat ini 14 subsektor industri kreatif tumbuh dan berkembang di Jakarta, dimana lapangan usaha unggulan terdiri dari 18 jenis, yaitu: Jasa kegiatan drama, musik, film, bioskop dan hiburan lainnya, Jasa kegiatan radio dan televisive, Jasa impresariat, Jasa periklanan, Jasa konsultan arsitek, Jasa riset dan pengembangan, Jasa multimedia dan komputer, Jasa museum, Jasa riset pemasaran, Perdagangan besar fesyen, kerajinan & produk kreatif lainnya, Perdagangan eceran fesyen, kerajinan & produk kreatif lainnya, Perdagangan eceran barang antic, Industri batik, Industri barang-barang perhiasan, Industri mainan, Industri pakaian jadi, Industri kemasan dan kotak dari kertas dan karton, Industri wadah dari logam.

Kota Solo, Pemerintah Kota Solo yang berkeinginan membentuk Solo Kreatif, Solo Sejahtera, dan Kota Solo sebagai salah satu kota MICE (*Meeting, Invention, Conference, Exhibition*), memiliki 3 Konsep Dasar pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu: Ekonomi Kreatif dan Kerakyatan, Pendekatan human interest, budaya, dan hubungan manusia, dan Lintas suku, lintas golongan, lintas agama. Hingga saat ini subsektor-subsektor industri kreatif berpotensi di Solo, antara lain adalah: Subsektor Kerajinan, Fesyen dan Seni Pertunjukkan.

Kota Jogjakarta, Pemerintah Kota Jogjakarta memiliki visi untuk menjadikan Jogjakarta sebagai Kota Seni dan Budaya. Hingga saat ini subsektor-subsektor industri kreatif yang berkembang di Jogja adalah: Subsektor Kerajinan, Fesyen dan

Zamilah Nur Sofyani , 2015

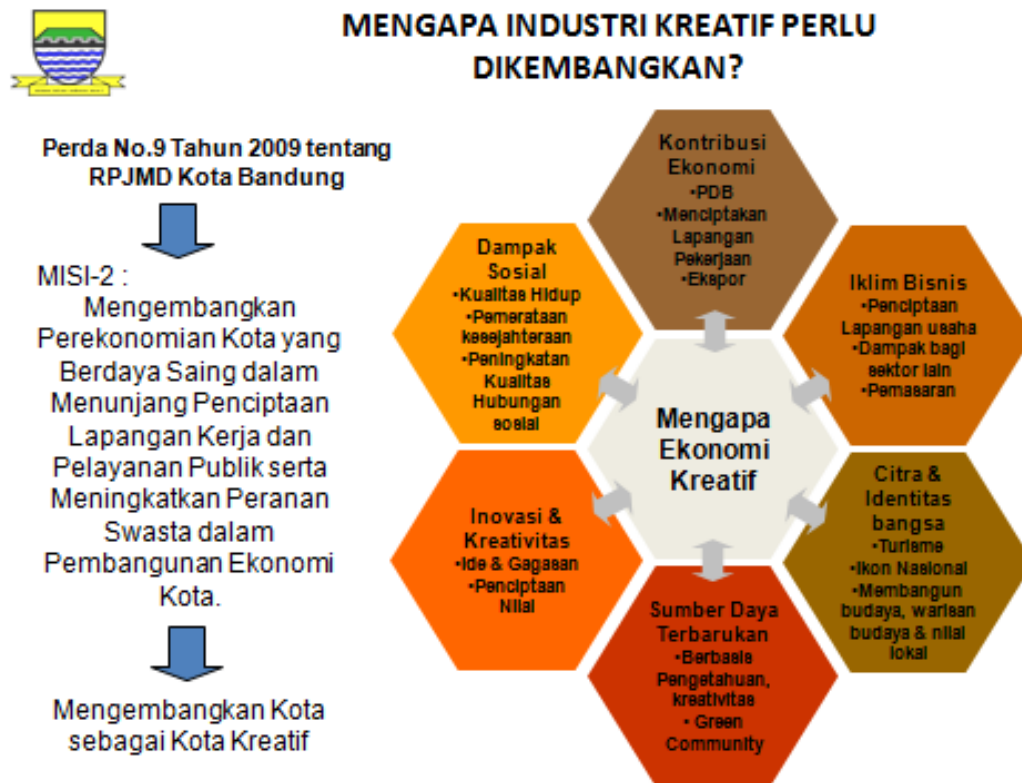
Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Layanan Komputer dan Piranti Lunak. Kota Denpasar, Sejauh ini subsektor-subsektor industri kreatif berpotensi di Kota Denpasar adalah Subsektor Kerajinan, Musik, Penerbitan dan Percetakan, dan Subsektor Fesyen.

Kota Bandung, adalah salah satu kota yang memiliki potensi sebagai kota kreatif yang cukup besar. Sejak dulu Bandung sudah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan juga daerah tujuan wisata. Hal-hal ini mendukung misi Bandung sebagai kota kreatif. Kota Bandung dicanangkan sebagai *pilot project* kota kreatif se-Asia Timur di Yokohama pada tahun 2007. Dalam hal ini maka slogan yang ingin diciptakan untuk kota bandung adalah Bandung Kota Kreatif. Kota lain yang disinyalir berpotensi untuk menjadikan kota nya sebagai kota Ekonomi kreatif adalah kota Batam dan Jember.

Industri kreatif saat ini sedang ramai dibicarakan oleh seluruh kalangan khususnya pemerintah. Salah satu nya, Industri kreatif di Kota Bandung yang berkontribusi sebesar 14,32% pada PDRB kota Bandung, selanjutnya meningkat dari tahun ke tahun nya. Hal ini telah terbukti bahwa industri kreatif di kota Bandung harus terus di tingkatkan. Berikut ditampilkan gambar 1.1 sebagai alasan mengapa ekonomi kreatif perlu di kembangkan.



Gambar 1.1 Mengapa Industri Kreatif Perlu diKembangkan

Sumber: Dinas KUKM & Perindag Kota Bandung

Berdasarkan gambar diatas Industri kreatif sangat berkontribusi baik itu terhadap PDB serta menciptakan lapangan pekerjaan, serta berdampak bagi penciptaan lapangan kerja disektor lain dan memiliki citra bangsa serta dapat membangun budaya, warisan budaya dan local, menumbuhkan ide kreativitas dan inovasi sampai pada akhirnya menghasilkan produk yang dapat di jual sehingga dapat meningkatkan kualitas kesejahteraan social. Hal yang sama ditegaskan pula untuk Kota Bandung, menurut Perda no 9 tahun 2009 tentang RPJM kota Bandung tentang mengembangkan perekonomian kota yang berdaya saing dalam penciptaan lapangan

kerja dan pelayanan publik serta meningkatkan peranan swasta dalam pembangunan ekonomi kota dan menjadikan kota Bandung sebagai kota Kreatif.

Dalam hasil kajian Bappeda tahun 2013 lima potensi sektor usaha kreatif di kota Bandung yaitu Fesyen 893, Percetakan dan Penerbitan 547, Kuliner 532, kerajinan tangan 511, dan riset dan pengembangan 390. Fesyen mendominasi dengan banyaknya usaha fesyen di kota Bandung, akan tetapi industri percetakan pun tidak kalah mendominasi yaitu sebesar 547 dan diikuti dengan industri lainnya.

Pengusaha industri percetakan di Kota Bandung tergabung dalam persatuan dimana persatuan tersebut beranggotakan pengusaha yang bergerak dibidang percetakan. Persatuan Percetakan Grafika Indonesia (PPGI) yang telah menaungi para pengusaha percetakan untuk bergabung menjadi satu kesatuan dalam menjalankan bisnisnya. Berikut adalah identitas berkaitan dengan PPGI. Berikut jumlah pengusaha percetakan di Kota Bandung yang tergabung dalam Persatuan Percetakan Grafika Indonesia.

Tabel 1.2
Jumlah Pengusaha Percetakan Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah
1	2011	409
2	2012	409
3	2013	329
4	2014	329
5	2015	175

Sumber: Persatuan Percetakan Grafika Indonesia

Berdasarkan data diatas jumlah pengusaha yang tergabung dalam persatuan percetakan grafika Indonesia di Jawa barat dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang sangat signifikan. Menurut pihak PPGI khusus kota Bandung, dari tahun ke tahun jumlah pengusaha industri percetakan yang mendaftarkan diri untuk bergabung dengan persatuan tersebut semakin menurun, dari tahun 2011 sampai tahun 2012 pengusaha yang bergabung di PPGI sebanyak 409 pengusaha berjalan hingga tahun

Zamilah Nur Sofyani , 2015

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2013 perusahaan yang terdaftar menurun menjadi 329 perusahaan yang tergabung, hingga saat ini pada tahun 2015 perusahaan yang mendaftarkan diri di PPGI mengalami penurunan kembali menjadi 175. Dari 175 perusahaan yang mendaftarkan diri ada pula perusahaan yang dianggap tidak aktif oleh pihak PPGI hal itu dikarenakan iuran yang dibayarkan perusahaan tidak rutin, hal itu menjadikan perusahaan tidak terdaftar di persatuan percetakan grafika Indonesia. Pada bulan Juni tercatat anggota persatuan percetakan grafika di Kota Bandung yang masih aktif sebanyak 134 pengusaha.

Berdasarkan penelitian terdahulu diakui para pengusaha bahwa keuntungan atau laba yang didapat selama akhir tahun 2013 semenjak kenaikan harga BBM biaya transportasi untuk pengiriman dan harga bahan baku yang ikut meningkat, hal ini yang mengakibatkan pendapatan pengusaha toko tersebut merosot dan juga biaya perawatan peralatan dan mesin-mesin pun cenderung meningkat, sehingga pengusaha percetakan ini harus membagi antara pendapatan dan biaya operasional usaha yang mereka lakukan.

Di kota Bandung sendiri konsumen yang membutuhkan jasa percetakan disinyalir hanya pada moment-moment tertentu saja contoh pada saat ada pernikahan yang memesan kartu undangan, hal tersebut menjadikan keuntungan yang tidak menentu. Untuk mengetahui ada nya penurunan dan ketidak tentuan keuntungan yang didapat para pengusaha, maka percetakan yang dijadikan sampel untuk pra penelitian ini adalah para pengusaha industri percetakan dikota Bandung khususnya pagarsih karena pagarsih telah menjadi sentra industry percetakan dikota Bandung. Dibawah ini adalah deskripsi penurunan laba 10 pengusaha percetakan di kota Bandung.

Tabel 1.3
Laba Pengusaha Percetakan di Kota Bandung Bulan Oktober – Desember 2013
(Dalam Ribuan)

No	Nama Pengusaha	Bulan				
		Oktober	November	%	Desember	%
1	Ismail	84.000	82.500	-1,78	77.000	-6,66
2	Dewi	20.000	18.700	-6,5	16.900	-9,62
3	Yuda	21.000	20.000	-4,76	18.500	-7,5
4	Ratna	20.500	17.000	-17,07	18.000	5,8
5	Rudi	32.000	28.000	-12,5	19.900	-28,9
6	Tam	15.900	10.000	-37,10	9.000	-10
7	Ade	20.000	19.000	-5	14.000	-2,63
8	Kurnia	22.000	21.500	-2,27	20.000	-6,97
9	Tjim	45.000	43.000	-4,44	35.000	-18,6
10	Royhan	40.000	38.000	-5	29.000	-23,6

Sumber : Hasil Obeservasi Pra Penelitian

Pada Tabel 1.3 menunjukkan hasil wawancara ke beberapa pengusaha percetakan dipagasih kota Bandung dapat dilihat bahwa laba tiga bulan kebelakang yakni dari oktober-desember mengalami penurunan. Penurunan yang drastis pun sempat mereka alami. Penurunan laba yang dialami oleh para pengusaha hampir 20% dari laba bulan sebelumnya sebelum harga BBM naik. Ketidak jelasan permintaan jasa percetakan akan menjadi masalah bagi pengusaha percetakan karena penurunan tingkat laba ini harus segera di atasi, jikalau tidak diatasi laba pengusaha akan terus menurun disinyalir pemasukan untuk pemerintah juga akan menurun.

Penurunan laba para pengusaha percetakan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, diantaranya: harga dari bahan baku produk itu sendiri, upah tenaga kerja, biaya operasional, pendapatan kotor dan faktor-faktor spesifik lain yang berkaitan dengan pertumbuhan laba tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan usaha pengusaha industri percetakan di Kota Bandung dengan melakukan penelitian terhadap para pengusaha

percetakan di Kota Bandung. Maka judul yang penulis angkat adalah: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pengusaha Industri Percetakan di Kota Bandung (Survey pada pengusaha percetakan pagarsih Kota Bandung)”**

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mempermudah penelitian dan agar penelitian lebih terarah maka diambil suatu identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum mengenai keberhasilan usaha pengusaha percetakan kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha?
3. Bagaimana pengaruh kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha?
4. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap keberhasilan usaha?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran keberhasilan usaha pengusaha percetakan Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha.
4. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keberhasilan usaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu ekonomi mikro, khususnya terkait dengan keberhasilan usaha
2. Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pada industry percetakan di Kota Bandung. Selain itu, juga dapat memberikan masukan kepada para pengusaha industri percetakan di Kota Bandung.

