

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pemerintah Indonesia senantiasa melakukan pembangunan di segala bidang, termasuk pembangunan di bidang ekonomi adalah sektor perindustrian. Dalam era globalisasi, sektor perindustrian mengalami banyak tantangan. Salah satunya dengan adanya CAFTA (*China ASEAN Free Trade Area*). Dengan adanya perdagangan bebas tersebut sektor industri yang paling terpuruk yaitu industri kecil dan menengah.

Industri kecil dan menengah memiliki beberapa kelemahan. Kelemahan industri kecil dan menengah adalah bidang organisasi dan kurangnya akses informasi guna memperoleh permodalan, pemasaran, dan bahan baku. Kelemahan yang dimiliki industri kecil dan menengah tersebut harus diantisipasi dengan solusi yang nyata, tidak hanya oleh pelaku industri namun didukung juga oleh pemerintah serta masyarakat. Jika industri kecil terpuruk maka akan mengakibatkan terganggunya stabilitas perekonomian nasional. Walaupun pengaruhnya tidak sebesar industri besar namun karena kegiatan industri kecil langsung pada kegiatan ekonomi masyarakat maka sudah tentu akan berpengaruh langsung pada masyarakat. (Kemenkop UKM, 2012)

Peranan industri kecil dan menengah dalam perekonomian memiliki peranan penting didalam pembangunan nasional. Kemampuan untuk tetap bertahan dimasa krisis ekonomi merupakan bukti bahwa sektor industri kecil dan menengah merupakan bagian industri yang kuat. Sektor industri kecil dan menengah dapat membantu pemerintah dalam upaya peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas. (Kemenkop UKM, 2012)

Pengembangan terhadap industri kecil dan menengah merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi perlu untuk dilakukan. Industri kecil dan menengah memiliki peran penting dalam pengembangan usaha di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Industri kecil dan menengah merupakan awal dari tumbuhnya industri besar. Hampir semua industri besar berawal dari Industri kecil dan menengah. Industri kecil dan menengah harus terus ditingkatkan dan dapat berperan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Usaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung**  
**Tahun 2009-2012**

<b>Tahun</b>	<b>Unit Usaha</b>
2009	18.695
2010	15.307
2011	11.726
2012	10.821

*Sumber : Badan Pusat Statistik*

Apabila dilihat dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah unit usaha kecil dan menengah yang terdapat di Kota Bandung pada tahun 2009 terdapat sebanyak 18.695 unit usaha, sedangkan pada tahun 2012 terdapat sebanyak 10.821 unit usaha. Terjadi jumlah penurunan unit usaha dari tahun 2009-2012.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Tenaga Kerja Usaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung**  
**Tahun 2009-2012**

<b>Tahun</b>	<b>Tenaga Kerja</b>
2009	121.720
2010	100.940
2011	113.871
2012	98.821

*Sumber : Badan Pusat Statistik*

Penyerapan jumlah tenaga kerja yang dapat dilakukan oleh usaha kecil menengah di Kota Bandung dapat dilihat pada tabel 1.2. Pada tahun 2009 jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh usaha kecil menengah di Kota Bandung adalah sebanyak 121.720 orang, sedangkan pada tahun 2012 terdapat sebanyak 98.821 orang tenaga kerja. Sejak tahun 2009 hingga tahun 2012 terjadi fluktuasi penyerapan tenaga kerja oleh usaha kecil dan menengah di Kota Bandung.

Sehingga dapat diduga bahwa salah satu penyebab menurunnya jumlah usaha kecil dan menengah di Kota Bandung adalah tingginya persaingan usaha kecil dan menengah di Kota Bandung. Perusahaan-perusahaan yang tidak dapat bersaing lebih memilih menutup usahanya daripada mempertahankan usahanya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah usaha kecil dan menengah pada tabel 1.1 yang terus menurun dari tahun 2009 hingga tahun 2012. Sedangkan penyerapan jumlah tenaga kerja yang dilakukan oleh usaha kecil dan menengah cukup tinggi, contohnya dapat dilihat pada tabel 1.2 pada tahun 2009 jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh usaha kecil dan menengah sebanyak 121.720 orang. Jadi dengan adanya usaha kecil dan menengah dapat mengurangi jumlah pengangguran di Kota Bandung

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Pengusaha Kecil dan Menengah di Kota Bandung**  
**Tahun 2009-2012**

Tahun	Pengusaha	
	Kecil (Orang)	Menengah (Orang)
2009	3.119	668
2010	1.187	308
2011	1.187	308
2012	1.187	308

*Sumber : Disperindag Jawa Barat (Tersedia di [www.disperindag.jabarprov.go.id](http://www.disperindag.jabarprov.go.id))*

Penurunan jumlah usaha kecil dan menengah di Kota Bandung berdampak pada penurunan jumlah pengusaha di Kota Bandung. Apabila dilihat pada tabel

1.3 diatas, dapat dilihat jumlah pengusaha di Kota Bandung semakin menurun dari tahun ke tahun, baik itu pengusaha kecil maupun menengah. Penurunan yang paling besar terlihat pada jumlah pengusaha kecil. Pada tahun 2009 jumlah pengusaha kecil yang ada di Kota Bandung sebanyak 3.119 orang, sedangkan pada tahun 2010-2012 jumlah pengusaha kecil di Kota Bandung turun menjadi 1.187 pengusaha.

Saat ini, dunia memasuki era ekonomi ke-empat, yaitu era ekonomi yang menempatkan informasi, kreativitas, dan inovasi berperan sebagai penggerak dalam pertumbuhan ekonomi. Era ekonomi ini disebut dengan era ekonomi kreatif. Era ekonomi kreatif merupakan kelanjutan dari era informasi, seperti yang diungkapkan oleh Alvin Tofler dalam *Future Shock* pada tahun 1970 bahwa peradaban manusia terdiri dari tiga gelombang: era pertanian, era industri, dan era informasi. (Esti dan Suryani, 2008)

Definisi ekonomi kreatif dalam cetak biru pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025 adalah era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Sedangkan definisi industri kreatif dalam cetak biru pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025 adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta. (Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

Analisis umum karakteristik industri kreatif berdasarkan hasil studi pemetaan industri kreatif Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 adalah sebagai berikut :

- a. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah terjadi hampir pada seluruh subsektor industri kreatif. Fluktuasi juga terlihat pada pertumbuhan nilai tambah industri kreatif secara keseluruhan.

- b. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah diikuti oleh fluktuasi pertumbuhan jumlah perusahaan dengan sensitivitas yang tinggi. Pertumbuhan jumlah perusahaan yang fluktuatif mengindikasikan bahwa pondasi industri kreatif yang belum kokoh, namun juga berarti kondisi *entry* dan *exit barrier* cenderung kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan di industri kreatif cenderung tergolong *Small and Medium Enterprises*, ataupun sektor informal, sehingga *entrepreneur* lebih memilih menutup perusahaan daripada melakukan *lay off* karyawan, ketika kondisi pasar buruk, dan kembali membentuk perusahaan ketika kondisi pasar membaik.
- c. Fluktuasi pertumbuhan penyerapan tenaga kerja juga tinggi, namun tidak setinggi fluktuasi pertumbuhan jumlah perusahaan. Dengan produktivitas tenaga kerja yang cenderung konstan, seharusnya fluktuasi tenaga kerja, setidaknya sama dengan fluktuasi jumlah perusahaan. Karena setiap satu perusahaan yang keluar dari industri, juga mengikuti dengan pengurangan jumlah tenaga kerja. Namun yang terjadi tidak demikian. Hal ini bisa mengindikasikan beberapa kemungkinan, seperti; pasar tenaga kerja industri kreatif yang fleksibel dan pasar produk yang labil. Ketika perusahaan A memperoleh order, pada saat yang sama perusahaan B kehilangan order. Perusahaan B sementara akan berhenti beraktivitas, dan perkerjanya berpindah ke perusahaan A. Akibatnya, perubahan jumlah perusahaan lebih fluktuatif dibanding perubahan jumlah tenaga kerja.
- d. Memiliki level teknologi dan produktivitas capital yang relative konstan. Selain industri berbasis IT, subsektor industri kreatif bukan merupakan industri dengan level teknologi *high-tech*, dan juga bukan jenis industri *capital intensive*.

(Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, 2008)

Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa, “Pengembangan ekonomi kreatif adalah pengembangan kegiatan ekonomi yang berdasarkan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pengembangan ekonomi kreatif menekankan pada pengembangan 15 subsektor industri kreatif nasional, yakni: Periklanan; Arsitektur; Pasar seni dan barang antik; Kerajinan; Desain; Fashion; Film, video, dan fotografi; Permainan interaktif; Musik; Seni pertunjukan; Penerbitan dan percetakan; Layanan komputer dan piranti lunak; Radio dan televisi; Riset dan pengembangan; dan Kuliner.” (Renstra Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2012-2014, 2012)

Kuliner merupakan kegiatan kreatif yang baru dimasukkan kedalam sektor industri kreatif. Pada awalnya kuliner tidak termasuk kedalam sektor industri kreatif, tetapi setelah dilakukan studi oleh Kemenparekraf (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) terhadap kuliner di Indonesia maka didapatkan kuliner termasuk kedalam sektor industri kreatif. Pertimbangan lainnya dimasukkannya kuliner kedalam sektor industri kreatif dilatarbelakangi bahwa Indonesia memiliki warisan budaya produk makanan khas, yang pada dasarnya merupakan keunggulan komparatif bagi Indonesia. Dikarenakan kurangnya perhatian dan pengelolaan yang menarik, membuat keunggulan komparatif tidak tergali sehingga tidak dapat bersaing di pasar internasional.

Industri kuliner merupakan salah satu sub-sektor industri kreatif yang memiliki peranan penting dalam hal peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dari 15 subsektor ekonomi kreatif yang akan dikembangkan oleh Kemenparekraf, kuliner yang merupakan 1 dari 15 sektor ekonomi kreatif menyumbangkan pendapatan terbesar bagi industri kreatif di Indonesia atau sekitar 32,2% dari total kontribusi industri kreatif terhadap PDB pada tahun 2011, atau nilainya sekitar Rp169,62 triliun. Sehingga Industri kuliner merupakan salah satu aspek yang seringkali menjadi perhatian dalam menganalisis suatu kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan suatu wilayah. (Kemenparekraf, 2012)

Menurut Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Firmansyah Rahim (2012), “Terdapat tiga kriteria industri kreatif kuliner, yakni bahan baku kuliner mudah didapat, kedua kuliner tersebut telah dikenal oleh masyarakat luas, serta ada pelaku profesional kuliner tersebut.” Sedangkan menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu (2012), “Kuliner yang termasuk kedalam industri kreatif harus memiliki ciri khas kuliner Indonesia yang tidak dimiliki oleh negara lain seperti, rendang padang, sate, nasi goreng, dan kopi luwak yang sudah dikenal di mancanegara” (Kemenparekraf, 2012).

Berdasarkan pendapat tersebut yang menjadi kriteria industri kreatif kuliner adalah, memiliki ciri khas kuliner Indonesia, kedua bahan baku kuliner mudah didapat, ketiga kuliner tersebut telah dikenal luas, dan keempat ada pelaku profesional kuliner.

Perkembangan industri kreatif kuliner di Indonesia khususnya Kota Bandung tidak terlepas dari permasalahan. Kota Bandung yang dikenal oleh masyarakat sebagai kota wisata kuliner menyebabkan banyak bermunculan para pelaku usaha kuliner baru, baik itu kuliner dalam negeri maupun kuliner mancanegara, hal itu yang menjadi salah satu penyebab tingginya persaingan kuliner di Kota Bandung. Dunia usaha industri kreatif kuliner di Kota Bandung dihadapkan pada keadaan perekonomian yang semakin sulit, hal tersebut dikarenakan ketatnya persaingan di industri kreatif kuliner di Kota Bandung yang menyebabkan penurunan pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner di Kota Bandung. Jadi apabila pengusaha industri kreatif kuliner di Kota Bandung tidak mampu bersaing maka pengusaha-pengusaha industri kreatif kuliner di Kota Bandung akan gulung tikar dan menutup usahanya.

Terdapat beberapa komunitas kuliner di Kota Bandung, diantaranya adalah Komunitas Grobag Bandung, Sindikat Kuliner Bandung, dan Komunitas Pengusaha Kuliner (Kompak). Komunitas yang digunakan sebagai responden dalam penelitian ini adalah Komunitas Grobag Bandung, alasannya adalah komunitas ini sesuai dengan kriteria industri kreatif kuliner yang akan diteliti

yaitu memiliki ciri khas kuliner Indonesia. Sehingga anggota yang tergabung kedalam komunitas ini adalah kuliner-kuliner khas Indonesia, kuliner asing tidak dapat bergabung ke dalam komunitas ini.

Dapat dilihat pada tabel di bawah ini yang memperlihatkan bahwa pendapatan pengusaha kuliner di Kota Bandung yang tergabung kedalam Komunitas Grobag Bandung cenderung menurun. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata pendapatan per Bulan yang diterima oleh pengusaha kuliner Komunitas Grobag Bandung pada Bulan Mei hingga Juni tahun 2014.

**Tabel 1.4**  
**Rata-Rata Pendapatan Pengusaha Kuliner Periode Mei-Juni**  
**Tahun 2014 (Per Bulan) di Kota Bandung**

No	Nama Usaha	Pendapatan (Rp.)		Pertumbuhan (%)	Ket.
		Mei	Juni		
1	Nasi Goreng Anglo	23.500.000	22.000.000	-6,38	Menurun
2	Batagor H.Ihsan	18.000.000	18.000.000	0	Tetap
3	Ikan Bakar Bang Yos	32.000.000	29.500.000	-7,81	Menurun
4	Lotek Katineung	13.600.000	11.400.000	-16,17	Menurun
5	Es Duren Pa Aip	15.000.000	15.000.000	0	Tetap
6	Soto Ojolali	17.500.000	17.500.000	0	Tetap
7	Bebek Bandung	17.000.000	16.000.000	-5,88	Menurun
8	Sate Raos	22.000.000	19.500.000	-11,36	Menurun
9	Bubur Cipaganti	12.500.000	9.000.000	-28	Menurun
10	Ayam Regita	14.300.000	10.600.000	-25,87	Menurun
Jumlah		185.400.000	168.500.000	-9,11	Menurun

*Sumber : Pra Penelitian*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 pengusaha kuliner di Kota Bandung yang tergabung kedalam komunitas Grobag Bandung maka didapatkan hasil, 7 pengusaha kuliner mengalami penurunan rata-rata pendapatan per Bulan dari periode Mei hingga Juni tahun 2014. Dan 3 pengusaha kuliner lainnya memiliki pendapatan yang tetap tidak berubah.

Apabila dilihat dari tabel 1.4 maka pendapatan pengusaha kuliner di Kota Bandung secara keseluruhan mengalami penurunan pada Bulan Juni, penurunan pendapatan pengusaha kuliner di Kota Bandung pada Bulan Juni mengalami penurunan sebesar 9,11 %.

Para pelaku usaha kuliner di Kota Bandung harus bersiap menghadapi perdagangan bebas regional yang dibungkus dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang akan segera bergulir pada tahun 2015 mendatang. Nantinya, produk impor, termasuk tenaga kerja asing, akan bebas masuk ke Indonesia, termasuk ke industri Jawa Barat. Berlakunya MEA akan menambah tingginya persaingan. Jika mampu bersaing maka industri kuliner dalam negeri akan semakin maju, sebaliknya jika gagal, industri lokal akan gulung tikar. Karena apabila tidak dapat bersaing, industri skala kecil khususnya industri kuliner ini akan terus menyusut, kalah bersaing dengan industri yang lebih besar.

Penurunan pendapatan yang dialami oleh para pengusaha kuliner di Kota Bandung, dipengaruhi oleh kurangnya inovasi yang dimiliki oleh para pengusaha tersebut, sehingga produk kuliner yang dihasilkan sulit bersaing dengan produk-produk lainnya yang otomatis akan menurunkan tingkat pendapatan, hal ini dampak dari produk kuliner tidak banyak berubah dalam satu tahun terakhir. Selain itu pengusaha kuliner di kota bandung kurang berani mengambil resiko usaha, seperti memproduksi produk kuliner yang belum banyak dikenal oleh masyarakat. Hal itu dikarenakan pengusaha beranggapan bahwa produk kuliner tersebut tidak akan laku dipasaran. Hal lainnya yang mempengaruhi penurunan pendapatan pengusaha kuliner di kota bandung adalah kurangnya kreativitas pengusaha dalam hal mengolah bahan baku yang sama dalam bentuk olahan lain. Hal itu terlihat dari produk kuliner yang ditawarkan tidak bervariasi. Selain itu

pengusaha kuliner tidak melakukan diferensiasi produk terhadap produk kulinernya yang menyebabkan lemah dalam hal karakteristik produk yang ditawarkan. Karena dengan adanya pengembangan produk yang bervariasi akan membuat harapan terhadap minat konsumen sehingga akan mempengaruhi pendapatan. Menurut Juang Novrianto (2014) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa, “Untuk menghadapi persaingan kuliner dibutuhkan strategi diferensiasi produk, karena dengan adanya diferensiasi produk maka produk kuliner yang dimiliki oleh pengusaha dapat bersaing dengan perusahaan kompetitor dalam menjalankan usahanya”. Sedangkan menurut Ernani Hadiyati (2012) dalam jurnalnya dijelaskan bahwa, “Dalam menghadapi persaingan usaha pengusaha harus memiliki perilaku kewirausahaan dalam hal kreativitas dan inovasi, dengan memiliki perilaku kewirausahaan dalam hal kreativitas dan inovasi maka produk yang dihasilkan oleh pengusaha tersebut akan lebih variatif”. Khristianto (2008) berpendapat, “Walaupun suatu negara hanya memiliki potensi sumber daya alam yang terbatas, akan tetapi memiliki keunggulan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif, maka bisa dipastikan mereka bisa *survive* di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : “ **PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP PENDAPATAN ( Survey terhadap Pengusaha Industri Kreatif Kuliner di Kota Bandung )**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah, terlihat bahwa yang menjadi permasalahan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, dari berbagai faktor yang mempengaruhi pendapatan, penulis membatasi beberapa masalah yang akan diteliti, diantaranya yaitu perilaku kewirausahaan dan diferensiasi produk. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran perilaku kewirausahaan, diferensiasi produk dan pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner?

2. Bagaimana pengaruh perilaku kewirausahaan dan diferensiasi produk terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner?
3. Bagaimana pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner?
4. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan masalah yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan, diferensiasi produk dan pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan dan diferensiasi produk terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner.
3. Untuk mengetahui pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner.
4. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap pendapatan pengusaha industri kreatif kuliner.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya bidang kajian ekonomi mikro

#### **2. Manfaat Praktis**

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan untuk pengambilan kebijakan dalam instansi terkait untuk mengembangkan industri kreatif melalui program pelatihan ataupun diklat kewirausahaan, yang bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha.

