

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era globalisasi saat ini, kondisi persaingan pasar memang semakin ketat, persaingan terjadi pada semua jenis usaha baik pasar domestik maupun internasional. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Bisnis pada abad 21 akan semakin banyak menghadapi tantangan karena konsumen lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality, low-cost*, dan bisnis tersebut juga harus lebih responsive terhadap perubahan yang sangat cepat.

Pada banyak industri, perubahan sosial politik yang cepat, akan meningkatkan jumlah dan kekuatan pesaing-pesaing baru dari negara asing. Pesaing-pesaing baru ini semakin cakap dan lebih produktif karena manajer-manajer mereka lebih berpendidikan dan memiliki keahlian teknik serta ketidakjelasan lintas batas teknologi dan informasi menjadikan mereka dengan cepat mengakses cara-cara dan peralatan terkini. Kompleksitas dan tantangan yang dihadapi perusahaan menuntut perusahaan untuk memiliki strategi kreativitas dan inovasi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan kompetitor baik dari perusahaan nasional maupun bersaing dengan perusahaan multinasional.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diyakini memiliki peran yang penting dan strategis, ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Berdasarkan data biro pusat statistik dan kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2015, jumlah UMKM tercatat 42,39 juta unit atau 99,9 % dari total unit usaha. Kedua, potensinya yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Setiap unit investasi pada sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan investasi yang sama pada usaha besar. Sektor UMKM menyerap 79,04 juta tenaga kerja atau 99,4 % dari total angkatan kerja yang bekerja. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan yakni sebesar 56,72% dari total PDB (Bank Indonesia, 2016).

UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Wibowo, 2013). UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif individu di mana seseorang ingin meningkatkan taraf hidupnya.

Sifat UMKM yang fleksibel serta dapat dilakukan oleh berbagai lapisan masyarakat bawah dan menengah, dan para pelaku UMKM atau pengusaha mikro dan kecil dapat dengan mudah berpartisipasi didalamnya. Fleksibilitas yang dimiliki oleh UMKM dan tingkat skala yang kecil, telah membuat para pengusaha mikro dan kecil semangat untuk memulai usaha kapan saja dan bersifat mudah untuk mengawalinya.

Permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat-masyarakat di Indonesia khususnya di wilayah Kota Bandung adalah sulitnya mendapatkan pekerjaan, maka dari itu mendorong orang untuk membuka usaha sendiri. Akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha-usaha baru, khususnya usaha mikro dan kecil. Anggapan mereka hanya usaha ini lah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin sulit. Berikut ini adalah data jumlah UMKM yang ada di Kota Bandung.

Tabel 1. 1 Jumlah Binaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandung

No.	Uraian	Tahun					
		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Mikro	3.649	3.827	3.921	4.115	4.301	4.578
2	Kecil	301	325	337	357	372	392
3	Menengah	271	273	273	274	278	281
Total		4.221	4.425	4.532	4.746	4.948	5.251

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Bandung

Berdasarkan data pada tabel 1.1 tersebut, diketahui bahwa perkembangan industri baik mikro, kecil, dan menengah dari tahun ketahun selalu mengalami peningkatan. Tetapi untuk sektor mikro merupakan sektor yang paling tinggi pertumbuhannya selama lima tahun terakhir. Hal ini sangat sesuai, karena sektor ini merupakan sektor yang paling menjadi sorotan pemerintah karena telah menyumbang lebih dari setengah produk domestik bruto dan menyerap angkatan

kerja yang begitu besar. Sehingga pantaslah dikatakan bahwa UMKM merupakan kekuatan pendorong pembangunan ekonomi utama dalam negeri (Sindo, 14 Januari 2016).

Sebelum memikirkan berapa keuntungan nyata yang dapat diperoleh dan cara mendapatkannya melalui kegiatan usaha tersebut, kita harus mengetahui cara untuk dapat memenangkan persaingan, menurut Suhardi (2011) puncak dari bisnis yang berhasil itu ada dua yaitu marketing dan inovasi. Dua hal tersebut tidak mudah untuk realisasikan, seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi, Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi dengan cara berpikir yang maju dan penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar. Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk, ataupun waktu. Justru sering kali ide-ide brilian yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

Selain itu salah satu penentu kesuksesan suatu bisnis usaha ada pada ide, peluang dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide – ide baru agar dapat memberikan nilai (*value*) lebih kepada konsumen. Selain itu pelaku bisnis juga harus mampu untuk melihat peluang bisnis yang berkembang. Seperti yang dikemukakan oleh (Basrowi, 2013) bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Selain itu suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan” (Sidik, 2013).

Kota Bandung adalah salah satu wilayah yang memiliki sentra-sentra industri mikro dan kecil yang beragam, baik itu makanan maupun pakaian. setidaknya terdapat tiga puluh kawasan sentra industri yang telah lama dikenal oleh masyarakat lokal, nasional maupun regional. Hal ini sesuai dengan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, UMKM, dan perindustrian Kota Bandung menunjukkan bahwa terdapat 30 sentra industri yang tersebar di Kota Bandung, dengan jumlah 2.773 unit usaha di berbagai sektor, dengan total investasi sebesar 12 Milyar dan dapat

menyerap tenaga kerja sebanyak 15.160 orang. Sejalan dengan perkembangannya, usaha kecil pun tidak luput dari masalah yang dihadapi.

Salah satu sentra industri yang meminta perhatian khusus adalah sentra industri roti Kopo yang keberadaannya masih belum banyak dikenal oleh masyarakat Bandung sendiri selain itu kapasitas produksi pertahunnya yang mencapai 11.000.505 juta/pcs (Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Bandung). Jumlah produksi tersebut merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan sentra industri makanan lain di Kota Bandung, hal ini menunjukkan kebutuhan masyarakat terhadap roti di Kota Bandung dan sekitarnya sangat tinggi.

Sentra usaha industri roti di Jalan Kopo Kota Bandung merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memiliki fungsi dan peranan yang sangat strategis karena termasuk salah satu bentuk usaha industri mikro yang dapat menjadi roda penggerak perekonomian, khususnya untuk masyarakat Kopo Kota Bandung sendiri yang bermata pencaharian sebagai Pengusaha Roti, memberikan pendapatan bagi masyarakat, dan juga membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitarnya. Kesempatan kerja merupakan hal penting yang dapat menjadi wadah untuk mengembangkan potensi masyarakat. Pada kesempatan kali ini, penulis akan melakukan penelitian di Gang Babakan Rahayu, jalan Kopo Kota Bandung. Sebagian besar mata pencaharian penduduk wilayah tersebut merupakan Pengusaha Roti.

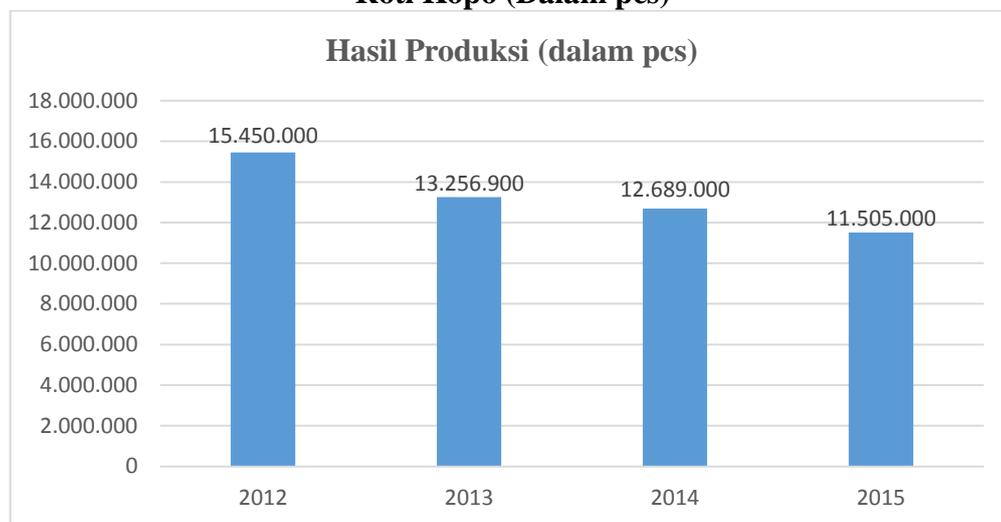
Hasil observasi pada usaha roti di Jalan Kopo kota Bandung sekarang berjumlah 32 pengusaha yang tersebar di sepanjang gang Babakan Rahayu Kopo Bandung. Keberhasilan dari usaha-usaha roti ini sangat tergantung kepada laba dari usahanya. Hal ini diperkuat oleh Sidik (2013) suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba yang maksimal, meskipun uang bukan segalanya, laba dari usahanya merupakan faktor penting untuk memotivasi diri dalam mengembangkan usaha baru.

Untuk dapat mendapatkan laba yang maksimal diperlukan kemampuan dari seorang wirausaha mengelola usahanya dengan mengembangkan ide-ide yang dimilikinya untuk membuat suatu terobosan baru (kreatif) sehingga dapat menghasilkan produk yang inovatif. Pendapat tersebut diperkuat oleh Zimmerer

(2008) bahwa keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat tergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri.

Sesuai dengan pendapat tersebut, maka suatu usaha dikatakan berhasil bergantung kepada kemampuan wirausahanya dan apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Tabel 1.2 merupakan rata-rata hasil produksi roti per tahun sentra industri roti Kopo dalam kurun waktu 4 tahun terakhir:

Tabel 1.2 Rata-rata Hasil Produksi Roti Kopo Per Tahun Sentra Industri Roti Kopo (Dalam pcs)



Sumber : data pra penelitian diolah

Tabel 1.2 menggambarkan penurunan hasil produksi pada sentra industri roti Kopo dikarenakan adanya kenaikan bahan baku, kenaikan tarif dasar listrik, dan semakin ketatnya persaingan dengan adanya produk-produk yang memiliki *brand* yang ternama akibat adanya perdagangan bebas. Pada tahun 2012 sentra industri roti Kopo mampu memproduksi 15.450.000 pcs per tahun. Namun memasuki tahun 2013 hasil produksi di sentra industri roti Kopo menurun hingga 2.193.100 pcs per tahun. Pada tahun 2014 hasil produksi pada sentra industri roti Kopo kembali turun dengan 567.900 pcs dengan jumlah produksi 12.689.000 pcs per tahun dan yang terakhir pada tahun 2015 hasil produksi sentra industri roti Kopo mengalami penurunan kembali dengan jumlah 1.184.000 pcs dengan jumlah produksi 11.505.000 pcs per tahun. Hal ini dikarenakan ketatnya persaingan dengan produsen roti ternama yang kreatif dan inovatif membanjiri pasar lokal.

Menyusutnya rata-rata produksi roti Kopo berdampak pada fluktuatifnya laba yang diperoleh Pengusaha Roti Kopo. Kondisi ini dapat dilihat pada tabel 1.3 :

**Tabel 1.3 Rata-rata Laba Pengusaha Roti Kopo
(dalam ribuan rupiah)**

Periode	TR	TC	Laba
Dec-14	22.645	14.430	8.215
Jan-15	22.350	14.560	7.790
Feb-15	20.569	14.430	6.139
Mar-15	19.145	14.576	4.569
Apr-15	19.760	14.267	5.493
Mei-15	21.243	14.862	6.381
Jun-15	22.345	14.430	7.915
Jul-15	19.750	14.560	5.190
Agu-15	20.349	14.430	5.919
Sep-15	18.965	14.576	4.389
Okt-15	18.360	14.267	4.093
Nov-15	21.143	14.862	6.281

Sumber : data pra penelitian (16 responden)

Dari Tabel 1.3 diperoleh bahwa keberhasilan usaha industri roti Kopo sangat tergantung dengan laba yang diperoleh perbulannya. Laba para Pengusaha Roti di kawasan roti Kopo dari Desember 2014 sampai dengan November 2015 cenderung fluktuatif. Penurunan laba yang cukup signifikan terjadi pada bulan Maret 2015 yang sebelumnya sebesar Rp. 6.139.000,- turun hingga Rp 4.569.000,-. Kemudian baru pada bulan April 2015 laba kembali meningkat sebesar Rp. 5.493.000, selanjutnya dengan bulan Mei 2015 laba kembali mengalami peningkatan yaitu menjadi Rp 6.381.000,-.

Masalah ini tidak dapat berlarut-larut begitu saja, karena berhasil atau tidaknya sebuah usaha akan ditentukan oleh kompetensi yang dimilikinya diantaranya yaitu kreativitas dan Inovasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha tersebut. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka akan berdampak pada Laba usaha yang terus memburuk, dan kesulitan produk untuk bersaing dengan produk lain terutama produk roti dengan *brand* ternama. Maka dari itu diperlukan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan sesuatu produk yang memiliki keistimewaan dan perbedaan dari

produk yang lainnya agar dapat memenangkan persaingan dengan perusahaan besar. Sesuai dengan teori dinamis dari J.Schumpeter yang menyatakan bahwa keuntungan hanya bisa tercipta dari penemuan dari para wirausaha. Penemuan dari para wirausaha dapat menciptakan keuntungan melalui penemuan cara-cara baru dalam memberi pelayanan terbaik pada pelanggan”. (Suryana dan Bayu, 2010).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil topik mengenai kreativitas dan inovasi pengusaha terhadap laba Pengusaha Roti terutama pada sentra industri roti Kopo. Maka, penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Laba Pengusaha Kecil (Survei terhadap para Pengusaha Roti di Sentra Industri Roti Kopo Bandung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Pada uraian latar belakang masalah diatas bahwa yang menjadi fokus masalah adalah laba atau keuntungan Pengusaha Roti di Sentra Industri Roti Kopo Bandung, dimana laba adalah total jumlah pendapatan yang diterima dikurangi dengan total jumlah biaya yang dikeluarkan dalam satu kali produksi dalam kurun waktu satu bulan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat laba, kreativitas dan inovasi pengusaha roti di sentra industri Roti Kopo Bandung ?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas pengusaha terhadap laba dilihat dari variabel moderator yaitu inovasi di sentra industri roti Kopo Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui gambaran tingkat laba, kreativitas pengusaha, dan inovasi pengusaha roti di sentra industri Roti Kopo Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas pengusaha terhadap laba dilihat dari variabel moderator yaitu inovasi di sentra industri roti Kopo Bandung.

1.4 Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan kegunaan dan manfaat, diantaranya adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi khususnya bagi bidang kewirausahaan yang berkaitan dengan inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan laba usaha

2. Kegunaan Praktis

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan praktis yang dapat diuraikan seperti berikut ini :

1. Bagi pengusaha penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam upaya meningkatkan laba usaha, semoga hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi pengusaha, khususnya Pengusaha Roti di sentra industri roti Kopo Bandung. Untuk dijadikan bahan pertimbangan dan apabila diperlukan dapat digunakan untuk melakukan tindakan perbaikan bagi perusahaan yang dikelolanya.

2. Bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan kreativitas dan inovasi, serta laba usaha. Bagi pihak lain diharapkan dapat bermanfaat dan berguna untuk memberikan informasi, menambah wawasan pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengkajian topik yang berkaitan dengan masalah ini selanjutnya.

