BAB 1
PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (selanjutnya disebut UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara ataupun daerah. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia diakui sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi UMKM terhadap lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan serta sebagai penggerak peningkatan ekspor manufaktur.

Hal tersebut siring dengan Tambunan (2009, hlm.79), yang menyatakan bahwa di Indonesia jumlah UMKM tersebar di semua sektor ekonomi dan kontribusinya yang besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan, khususnya di daerah perdesaan. Selain itu, selama ini kelompok usaha tersebut juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal.

Saat krisis tahun 1997-2001 perjalanan ekonomi memberikan perkembangan yang menarik mengenai posisi usaha kecil yang secara relatif menjadi semakin besar sumbangan terhadap pembentukan PDB. Pada saat terjadinya krisis moneter yang melanda dan disertai dengan kondisi ekonomi yang terpuruk, UMKM mampu bertahan dan menghadapi gejolak perekonomianrakyat kecil. Hal ini terbukti dengan banyaknya Usaha Besar (UB) yang gulung tikar karena tidak mampu menghadapi tekanan krisis yang menyebabkan terjadinya pemutusan hubungan kerja (PHK) serta menimbulkan tingginya angka pengangguran. Dengan terjadinya PHK banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan sedangkan kebutuhan hidupnya harusterpenuhi. Dalam kondisi tersebut UMKM justru mampu bertahan menghadapi badai krisis dibandingkan dengan UB.

Perkembangan UMKM yang sangat pesat dapat membantu pembangunan ekonomi daerah. Pembangunan ekonomi ini ditunjang dengan pembangunan industri, baik industri manufaktur, industri minyak dan gas, industri jasa transportasi, industri perdagangan, dan berbagai industri lain sesuai dengan potensi daerah masing-masing.

Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Barat tahun 2016, menyebutkan jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jawa Barat pada

tahun 2013 mencapai sekitar 201.455 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 2,502 juta orang, sSedangkan, potensi investasi mencapai 11,331 milyar Rupiah. Pada. Tahun 2014 jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) meningkat menjadi 201.997 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 2,519 juta orang serta investasi sebesar 12.101 miliyar Rupiah.Data persebaran unit usaha, tenaga kerja serta investasi pada usaka kecil menengah di Jawa Baarat dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Jumlah Unit Usaha, Tenaga Kerja Dan Investasi Pada UsahaMikro Kecil Menengah Kabupaten di Jawa Barat Tahun 2013 – 2014

Kabupaten	Unit Usaha (unit)		Tenaga Kerja (orang)		Investasi (juta Rupiah)	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Sukabumi	15.418	15.536	131.993	132.841	144.354.100	227.780.000
Bogor	14.574	14.589	137.087	137.217	2.290.264	2.305.952
Bandung	12.633	12.660	148.025	150.172	1.108.933	1.193.180
Purwakarta	10.762	10.806	32.004	32.004	91.893	93.229
Bekasi	10.583	10.853	118.226	118.226	2.062.996	2.062.997
Rata-rata						

Sumber : Dinas perindustrian dan perdagangan Jawa Barat Tahun 2016

Berdasarkan Tabel 1.1 tampak bahwa Kabupaten Bandung Masuk kedalam 3 besar Kabupaten di Jawa Barat yang memiliki jumlah UMKM terbanyak setelah Sukabumi dan Bogor. Adapun besarnya share kabupaten Bandung terhadap provinsi Jawa Barat sebesar 46.687.071,6 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,01%

Kabupaten Bandung memiliki 31 Kecamatan, salah satu kecamatan yang memliki UMKM terbesar adalah Kecamtan Soreang. Hal ini dapat dipahami karena Soreang sebagai Ibu Kota Kabupaten Bandung. Salah sat industry yang menonjol di Soreang adalah industri konveksi. Industri konveksi mulai bermunculan di Kecamatan Soreang sejak tahun 1970-an, dengan jumlah unit usaha yang masih sangat sedikit.

Kecamatan soreang dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan sebagian besar usaha kecil menengah yang bergerak di bidang konveksi tersebar luas di Kecamatan Soreang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kecamatan Soreang tahun 2015 terdapat 8.939 UMKM dan sebagian besar bergerak dalam bidang usaha konveksi. Dari sekian banyak jumlah penduduk yang bermata pencaharian di bidang konveksi hanya 370 yang ikut serta dalam paguyuban. Hal ini mencerminkan bahwa terjadinya penurunan dibandingkan dengan tahun 2014 tercatat yang termasuk kedalam paguyuban di bidang usaha konveksi sebanyak 518. Tahun 2014 tercatat sebesar 5,8% sedangkan tahun 2015 hanya 4,1%.

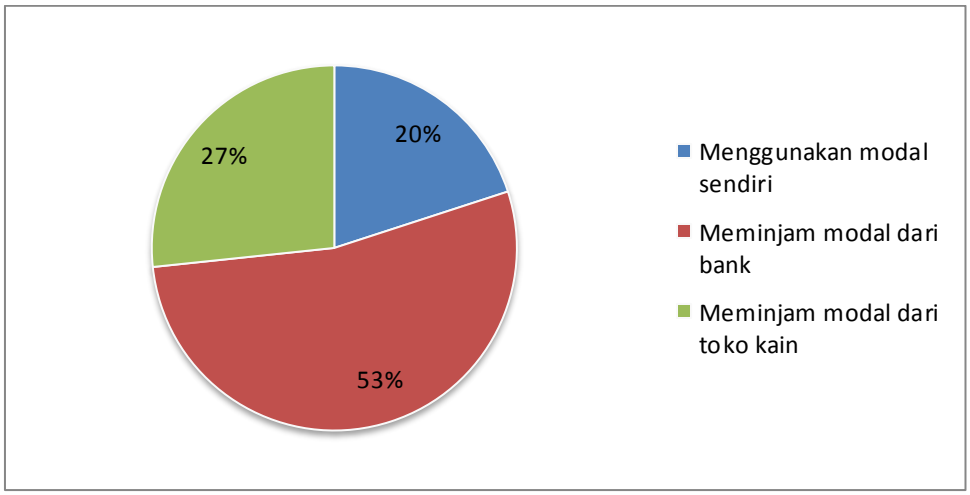
Berdasarkan survey pendahuluan melalui wawancara kepada pelaku konveksi di Kecamatan Soreang, banyaknya pelaku konveksi yang gulung tikar dikarenakan keterbatasan modal kerja, serta tidak dapat bersaing dengan produk para pesaingnya. Hal ini seiring dengan pendapat Suryana (2006, hlm.121) yang meyatakan bahwa :

> Kelemahan dalam industri kecil dapat dikategorikan kedalam dua aspek yaitu aspel structural dan aspek kultural. Aspek kelemahan struktural, yaitu kelemahan struktur dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan teknologi, serta tenaga kerja yang masih kurang atau tidak memiliki keterampilan.Kelemahan kultural mengakibatkan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan guna memperoleh akses permodalan, pemasaran, bahan baku, seperti informasi mengenai peluang cara memasarkan produk.

Modal merupakan faktor penting dalam mendukung produksi, produktivitas, dan pendapatan usaha mereka. Selain faktor modal, terdapat pula faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya adalah bahan baku yang digunakan, diferensiasi produk, saluran distribusi, teknologi, strategi pemasaran, SDM, dan lain-lain. Begitu pula yang terjadi dengan para pelaku konveksi di Kecamatan Soreang, para pelaku usaha memiliki keterbatasan modal, mereka menggunakan pendapatan yang dimilikinya dari hasil penjualan, digunakan kembali untuk membeli bahan baku dan keperluan lainnya untuk menunjang proses produksinya.

Gambar 1.1

Sumber Modal UMKM Konveksi Kec. Soreang



Gambar 1.1. menunjukkan bahwa masalah permodalan serta aset yang dimiliki para pelaku usaha konveksi di Kecamatan Soreang, tercatat hanya 20% pelaku usaha konveksi yang menggunakan modal sendiri, 53% meminjam modal kepada pihak Bank dan sisanya sebesar 27% menggunakan kepercayaan dari pihak toko kain untuk meminjamkan modal berupa kainsebagai bahan baku produksinya

Wilayah pemasaran yang masih sempit, juga dengan volume produksi rata-rata perminggu tiap pelaku usaha mencapai 250-2500 unit. Hasil produksi usaha konveksi di Kecamatan Soreang diantaranya pakaian jadi (anak, dewasa), mukena, jaket, dan seragam.

Di samping kedua variabel tersebut, dari survey pendahuluan diperoleh informasi bahwa rata – rata laba yang diperoleh pengusaha konveksi adalah antara 7.500.000 – 19.000.000 per bulan. Namun dalam dua bulan terakhir perkembangan laba yang diterima oleh para pengusaha konveksi mengalami fluktuasi, tetapi cenderung menurun. Jika penurunan laba terus saja dibiarkan maka akan menyebabkan usaha tidak dapat berkembang dan akhirnya berdampak pada keberhasilan usaha konveksi tersebut.

Penurunan laba yang dialami oleh para pengusaha konveksi pada dua bulan terakhir hal ini disebabkan karena banyaknya para pesaing yang memproduksi barang yang lebih unik dan berbeda dengan pesaingnya.Hal ini sesuai dengan penelitian yangdipelopori oleh Ferdinand (2003) bahwa perusahaan harus menciptakan dan pengembangkan berbagai “point of differentiation” karena pelanggan selalu diposisikan sebagai pribadi yang cenderung untuk mencari “sesuatu yang berbeda” dari berbagai

macam alternatif yang dihadapinya. Dengan banyaknya para pesaing yang memproduksi barang serupa namun membuat produk memiliki nilai tambah. Dalam studinya tentang strategi diferensiasi, Kotler dan Susanto (2001) menyatakan bahwa perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan cara mengenali sumber keunggulan kompetitif yang mungkin ada, memiliki ciri pembeda utama yang dimiliki perusahaan, memilih penentu posisi yang efektif di pasar dan mengkomunikasikan penentu posisinya di pasar, Dengan cara-cara tersebut, khususnya perusahaan jasa dapat mendiferensiasikan penawaran yang diberikan kepada pasar dari tiga segi, antara lain dengan strategi diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi citra yang dimiliki perusahaan. Dalam diferensiasi produk, pelanggan selalu menginginkan produk yang memiliki karakteristik yang unik dengan kualitas yang berbeda.

Dengan banyaknyapara pengusaha konveksiyang baru, seharusnya para pengusaha konveksi bisa memperbesar modal untuk memperluas usahanya agar lebih berkembang maju. Dimana modal merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan usaha, termasuk berdagang. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Dimana modal disini diasumsikan sebagai modal kerja. Modal kerja sangatlah penting bagi kelangsungan usaha, karena dengan modal yang kuat otomatis kelangsungan operasional suatu perusahaan atau pedagang akan berjalan dengan baik sehingga proses produksi pun akan berjalan dengan optimal. Apabila seorang pengusaha bisa mengatur modal kerja itu dengan baik, maka usaha yang mereka jalani akan berada dalam kondisi yang aman, sehingga usaha yang mereka jalani pun dapat membuat rencana kerja masa depan usahanya dengan baik dan benar serta dapat dicapai biaya modal yang minimum dan menghasilkan pendapatan yang maksimum. Kurangnya diferensiasi yang dilakukan oleh para pengusaha konveksi menyebabkan hasil produksinya kurang dapat bersaing dengan produk para pengusaha baru yang lebih mementingkan perbedaan, keunikan, trend, model, mode, serta barang yang sedang diminati para konsumen.

Salah satu indikator keberhasilan usaha adalah laba, apabila atau keuntungan perusahaan terus menerus menurun, maka keberhasilan usaha tidak akan tercapai. Perolehan laba dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya modal, kebiasaan

berpikir kreatif, termasuk kemampuan manajerial, strategi biaya rendah, diferensiasi produk, tingkat resiko yang harus dihadapi perusahaan dan inovasi yang dilakukan perusahaan. Dengan adanya perkembangan produk yang bervariatif akan membuat harapan terhadap minat konsumen. Ketertarikan konsumen terhadap produk yang bervariatif penguasaha dalam diferensiasi produk menyebabkan industri ini lemah dalam variasi produk yang ditawarkannya. Selain itu modal menjadi faktor yang sangat cukup penting bagi wirausaha dalam mengembangkan usahanya. Banyak industri kecil yang tidak maju karena terbentur oleh masalah permodalan,mereka hanya mengandalkan modal pribadi karena sulitnya mendapatkan pinjaman modal dari pihak luar. Bagi sebagian industri, terbatasnya modal kerja akan menghasilkan proses produksi yang tidak efisien karena membawa pengaruh terhadap daya saing sehingga produk yang ditawarkan menjadi lebih tinggi.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Modal Kerja dan Diferensiasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha Konveksi" (Survey pada UMKM Konveksi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bndung).**

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh modal kerja terhadap keberhasilan usaha konveksi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap keberhasilan usaha konveksi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung?

1.3.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh modal kerja terhadap keberhasilan usaha konveksi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keberhasilan usaha konveksi di Kecamatan Soreang Kabupaten Bandung.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai input atau acuan para pengusaha konveksi terkait dengan keberhasilan usaha