

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan daya saing sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator antara lain; kurangnya daya beli, kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, dan terbatasnya jumlah produksi (Suci, 2017). Selain hal itu ada pula persaingan yang semakin bebas dan meluas serta tuntutan ekonomi sehingga menimbulkan ruang lingkup usaha menjadi lebih terbatas (Suci, 2017). Kekhawatiran ini disebabkan akibat market leader (perusahaan atau bisnis yang menguasai sebagian pasar untuk produk yang relevan) yang semakin mengungguli persaingan sehingga sulit disaingi membuat para pengusaha harus lebih siap dalam beradaptasi dan mengikuti perubahan keadaan (2002:303).

Pertumbuhan perekonomian UMKM sarung tenun di Indonesia yang cukup pesat khususnya berada di wilayah Jawa Barat di Majalaya kabupaten Bandung (Marlina, 2013). Industri Sarung tenun di Majalaya mengalami peningkatan di tahun 1960-an dan dapat menghasilkan 40% kain di wilayah Indonesia. Pada akhir tahun 1964 Majalaya mampu menguasai 25% dari 12.882 ATM (Alat Tenun Mesin) di Jawa Barat. Hampir seluruhnya terkonsentrasi di Majalaya (Palmer, 1972 dan Matsuo, 1970). Tak hanya terkenal di Negara Indonesia, tetapi Negara luar juga ikut mengimport hasil kain sarung tenun dari Majalaya (Rismayanti, 2015).

Adapun hasil wawancara yang diambil dalam media berita online, Aep Hendar (Ketua Umum TPT Majalaya) mengeluhkan banyaknya pelaku industri sarung tenun di Majalaya dengan menurunkan potensi UMKM, seperti mahalnya bahan baku benang tenun, suku cadang, dan biaya produksi yang berimbas pada harga jual produk. Kenaikan harga tersebut tentu tidak seiring dengan kenaikan harga jual hasil produk. Hal tersebut juga dipengaruhi dengan akibat permintaan yang semakin berkurang dari daerah majalaya jadi mau tidak mau produk sarung tenun dijual dengan harga murah agar bisa terus konsisten dalam menjalankan usahanya. Beberapa anggota TPT Majalaya telah mengurangi kapasitas produksinya, ada yang sudah mengurangi kapasitas produksi, bahkan ada yang

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

sudah berhenti sementara menunggu harga stabil (Dikutip Dari Pikiran Rakyat,18 September 2018).

Setelah mengalami kegagalan terhadap system ekonomi konglomerasi pada waktu krisis moneter di Indonesia. UMKM menjadi tumpuan bagi 99,45% tenaga kerja di Indonesia, Faktanya UMKM ternyata mampu membuka lapangan kerja baru bagi 9,6 juta orang, sementara usaha besar hanya mampu membuka lapangan kerja baru bagi 55.760 orang (Suci, 2017). Namun kini UMKM sarung tenun Majalaya kian hari kian meredup seiring datangnya persaingan pasar global yang artinya masyarakat harus mampu bersaing dengan masyarakat lebih luas lagi tidak hanya didaerahnya saja tetapi bersaing dengan masyarakat diluar negeri. Hal tersebut disebabkan karena keunggulan kepemilikan sumber daya alam sebagai aset kurang dipadukan dengan aset seperti teknologi, kultur, dan sumber daya manusia dengan menekankan pada ketrampilan (skills) dan knowledge (Sutapa, 2011) Apalagi bagi para pengusaha kecil rentan mengalami gulung tikar bahkan dari 156 jumlah UMKM di Majalaya kini menurun hingga tersisa tinggal 56 UMKM yang tercatat di Majalaya masih mempertahankan usahanya. Hal ini menyebabkan menipisnya lapangan pekerjaan di wilayah Majalaya dan berdampak pada perekonomian yang kurang sehat.

Adapun hasil wawancara terbaru menurut ketua TPT sarung tenun Majalaya 2018 yang diunggah dalam media publikasi youtube Refleksi DAAI TV, yang diakses pada tanggal 3 febuari 2020 , beliau menuturkan bahwa *“Masyarakat Majalaya telah melakukan berbagai segala cara dalam mengembangkan usahanya, namun daya serap produksi atau permintaan produksi kian menurun , sehingga mereka meminimalisir biaya produksi dengan menurunkan jumlah produksi, hal ini tentu saja berdampak terhadap pendapatan karyawan serta efektifitas dan efisiensi produksi karena yang seharusnya produksi bisa dilakukan dalam 1 minggu bisa mencapai 150-300 kodi namun kini dalam 1 minggu bisa mencapai produksi minimum sampai 20 kodi”*.

Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang berarti perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan yang terjadi pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu (Mujahidin:2007), dengan adanya pemberdayaan UMKM seperti meningkatkan

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

desain produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran (Wijayanti, n.d.). Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual produk UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk daerah lain yang sudah jauh lebih branding kian membanjiri industry pertenunan dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011). Ward meyakini dengan mengoptimalkan biaya, harga, waktu serta fleksibilitas akan dapat meningkatkan persaingan yang lebih unggul.

Berikut adalah tabel data dimensi daya saing UMKM sarung tenun di Majalaya:

TABEL 1. 1
DAYA SAING UMKM SARUNG TENUN DI MAJALAYA

Tahun	Waktu pengerjaan	Rata – rata Jumlah Produksi (Y1)		Biaya produksi/ Minggu (Y2)	Biaya produksi/kodi	Waktu penyampaian (Time) (Y3)	Jumlah macam produk yang dihasilkan (Flexibility) (Y4)
		Kualitas Baik	Kualitas Cacat				
2017	1 Minggu	178 kodi	2 kodi	43.200.000	240.000	1-2 hari	5-10 produk
2018	1 Minggu	276 kodi	4 kodi	71.760.000	260.000	1-2 hari	5-10 produk
2019	1 Minggu	70 kodi	4.5 kodi	26.596.500	357.000	1-2 hari	1-5 produk

Sumber: Pengambilan data diambil dari beberapa literasi, 2020

Berdasarkan data Tabel di atas umumnya para pengusaha UMKM sarung tenun di Majalaya cenderung menurunkan produksi. Hal ini dikarenakan pemilik UMKM sarung tenun di Majalaya rata-rata mengurangi jumlah produksinya diakibatkan oleh kurangnya permintaan. Jadi dapat dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa daya saing UMKM sarung tenun di Majalaya dari tahun 2017- 2019 mengalami naik turun dengan selisih yang tidak terlalu signifikan. Hal ini mengakibatkan kemampuan dalam bersaing berkurang, dikarenakan bahan baku yang terus melonjak serta persaingan dalam penjualan harga yang semakin ketat. Meskipun potensi UMKM sarung tenun bisa ditingkatkan dalam kegiatan ekonomi di Majalaya cukup tinggi, namun itu tak sebanding dengan kegiatan produksi sarung tenun di daerah lainnya yang bisa menjadi market leader

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

misalnya di Kalimantan yang sering terkenal dengan sarung tenun Samarinda serta di Jawa Tengah yang terkenal dengan sarung tenun merek Gajah duduk, Wadimor dan Atlas.



Sumber : TOP BRAND INDONESIA.COM (diakses pada tanggal 7 Januari 2020)

GAMBAR 1. 1
GRAFIK ANALISA PERKEMBANGAN SARUNG TENUN DI
INDONESIA

Jika dibandingkan dengan perusahaan perusahaan sarung tenun daerah lain, daerah majalaya tidak memiliki produksi sarung tenun dengan merk yang terkenal bahkan tidak masuk dalam kategori top brand Indonesia, padahal majalaya awalnya adalah daerah dengan kejayaan produksi sarung terkenal dimajalaya. Hal ini memperkuat bukti bahwa daerah majalaya tidak mampu lagi memiliki kemampuan bersaing dengan daerah yang sudah memiliki produk ternama seperti gajah duduk, atlasan, wadimor sserta samarinda.

Salah satu usaha yang masih bertahan adalah pabrik Makloon di Kampung Leuwinanggung, Desa Talun, Kecamatan Ibum. Menurut Anwar (70) sebagai salah satu supervisor yang sudah berkecimpung lama dalam UMKM sarung tenun Majalaya mengatakan bahwa persaingan bisnis di bidang sarung tenun itu semakin ketat. Menurutnya produk sarung tenun pabrik menengah ke bawah harus bersaing dengan pabrik besar. Tidak hanya itu, karena persaingan global harga

produksi naik dan tidak sebanding dengan harga jual. Jika dibandingkan dengan pabrik-pabrik sarung tenun besar yang saat ini sudah banyak di Kabupaten Bandung, pabrik kain ini masih belum dikatakan modern, karena proses produksi kain tersebut masih menggunakan campur tangan manusia. (Dikutip Dari Detik.com, 26 Januari 2018). Hal ini dapat disimpulkan bahwa pabrik industri Majalaya seiring berjalannya waktu mengalami kesulitan dalam mempertahankan usahanya akibat persaingan ketat membuat mereka tidak tau lagi kemana harus memasukan hasil produksi kemana lagi akibat permintaan yang semakin menurun.

Telah banyak penelitian mengenai daya saing yang dilakukan di Indonesia baik dalam sebuah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) maupun UKM (Usaha Kecil dan Menengah). Salah satunya adalah penelitian yang dilaksanakan oleh Ismail (2005). Penelitian tersebut secara umum bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai perkembangan daya saing industri pertenunan serta perannya terhadap perekonomian Indonesia (Kemendag, 2015). Adapun penelitian terdahulu mengenai pengaruh desain produk terhadap daya saing usaha yang dilakukan oleh Asep Aminudin tahun 2016. Dalam penelitian Aminudin bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan lokasi usaha terhadap daya saing pada toko tas Baleno Kabupaten Garut.

Karena persaingan yang ketat, beberapa perusahaan saat ini pengembangan produk dengan menambah desain produk (Verganti :2006). Desain Produk merupakan salah satu sarana pembuatan produk dalam proses menciptakan produk baru yang memiliki kegunaan , keindahan dan citra yang sesuai dengan pembeli sebelum dijual oleh perusahaan untuk pelanggannya (Homburg, Schwemmler, & Kuehnl, 2015). Ini merupakan cara strategis dalam berinvestasi contohnya dari perusahaan seperti Alessi, Apple, dan Kartell. Pentingnya berstrategi dalam desain produk bagi para praktisi sudah terlihat dalam perusahaan Bloomberg BusinessWeek (sejak 2013), Fast Company (sejak 2006), dan Wired (sejak 2012). Bukti menunjukkan bahwa peningkatan pada desain produk sebagai strategi kemampuan daya saing memang merupakan strategi yang sehat dan unggul (Homburg, Schwemmler, dan Kuehnl 2015; Martin 2009). Hal ini didukung dengan penelitian pra-survey yang dilakukan pada pemilik usaha umkm pertenunan sarung dengan total 30 orang responden dalam

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

penelitian ini membahas bagaimana masalah desain produk yang terjadi dalam beberapa perusahaan sarung tenun di daerah majalaya. Penulis menggunakan prasurvey ini untuk mengumpulkan informasi tentang variable yang diteliti apakah bermasalah atau tidak (Nana Sudjana dan Ibrahim : 2005)

TABEL 1. 2
DESAIN PRODUK UMKM SARUNG TENUN DI MAJALAYA

No	Indikator	Jawaban			
		Ya	Tidak	Ya (%)	Tidak (%)
Estetika					
1.	membuat produk yang menarik mata atau eye catching	8	22	26,7	73,3
2.	membentuk Desain produk yang dibuat dilihat indah dimata konsumen	10	20	33,3	66,7
Fungsionalitas					
3.	Fungsi produk yang anda buat sudah tepat untuk konsumen	6	24	20	80
4.	Konsumen bisa merasakan produk yang anda tawarkan sebelum membeli	7	23	23,3	76,7
5.	Konsumen bisa menilai produk yang anda tawarkan sebelum membeli	9	21	30	70
Symbolisme					
6.	Symbol produk yang anda pergunakan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen	9	21	30	70
7.	Symbol produk yang anda pergunakan dapat meningkatkan citra konsumen	11	19	36,7	63,3
Rata-rata domain		60	150	28,6	71,4

Sumber : Pra-survey penelitian tahun 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 pada penelitian studi pada UMKM Sarung Tenun Majalaya ini menunjukkan bahwa dari 30 pengusaha di daerah majalaya yang belum melakukan kegiatan desain produk yang baik sebesar 28,6% sedangkan pengusaha di daerah majalaya yang tidak melakukan kegiatan desain produk yang baik sebanyak sebesar 71,4 %. Dari table 1.1 dapat disimpulkan bahwa 71.4% wirausahawahan UMKM sarung tenun belum mampu untuk memaksimalkan desain produk menjadi salah satu solusi guna meningkatkan daya saing dalam usaha. Sehingga bisa dikatakan sementara bahwa UMKM sarung tenun di daerah Majalaya masih bermasalah dalam melakukan pendesainan produknya salah satunya dalam dimensi estetika, fungsional dan simbolisme.

Hal ini diakui langsung oleh para pengusaha tersebut. Menurut Bapak Yopi selaku divisi perancangan pada UMKM Tanultex fungsi yang ada pada pabrik sarung tenun Majalaya pada umumnya hanya mengembangkan motif dari produk sarung yang sudah ada di pasar, dengan memberi sentuhan berbeda seperti pemberian warna serta bentuk anyaman yang berbeda. Corak sarung Majalaya

Ervina Nurfalah, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

mudah dikenali. Motifnya monoton kotak-kotak atau perpaduan lurik horisontal-vertikal yang biasa disebut “poleng” dalam kosa kata bahasa sunda. Istilah “poleng” tersebut dipinjam untuk menjelaskan teknik permainan warna pada kain sarung yang membentuk coretan garis belang-belang. Motif sarung Majalaya tidak memiliki filosofi seperti motif batik, motif sarung Majalaya merupakan hasil dari variasi warna benang serta struktur anyaman yang mampu dikerjakan oleh peralatan dan mesin yang digunakan pada periode jaman tertentu (Yopi, 2017).

Rendahnya desain produk dapat menjadi penyebab rendahnya daya saing. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Christian Homburg, dkk, pada tahun 2015. Selanjutnya ahli yang lain mengatakan bahwa untuk meningkatkan daya saing perusahaan, desain produk harus dikelola dengan baik. Dengan tujuan proses produksi yang dikerjakan dapat berjalan lancar sesuai harapan (Anita : 2017). Teori lainnya juga mengatakan pemilihan desain produk yang diminati masyarakat mampu meningkatkan persaingan dalam usahanya (Umdiana, dkk : 2018)

Dominannya perekonomian di bidang industri sarung tenun di Majalaya membuat potensi daya saing menjadi cukup tinggi (Alimudin, 2017.). Menurut Mark Gobe bahwa produk yang dijual harus memiliki desain produk yang baik serta harus dapat memberikan pengalaman sentuhan yang menyenangkan bagi pelanggan. Ini berkaitan dengan seorang wirausaha dituntut untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi antara lain dengan memiliki desain produk yang unik (Alimudin, 2017.).

Dalam entrepreneurship daya saing merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa (Sulistiyowati, 2016). Menurut bygrave (2011 : 83) Kewirausahaan membahas bagaimana perusahaan tersebut memaksimalkan peluang, calon wirausahawan sering kali memiliki satu dari dua hal di benak mereka: evaluasi ide dan menilai apakah itu memang peluang yang baik . Meskipun sebuah ide diperlukan untuk kewirausahaan, itu tidak cukup. Daya saing menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah UMKM (Porter : 1985). Banyak pesaing mengharuskan perusahaan memperhatikan apakah desain produk yang diberikan bisa menarik hati para konsumen dan bisa

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

mempertahankan persaingan usaha tersebut yang bukan hanya bermodalkan merek yang sudah dikenal (Gloria Tengor, Lotje Kawet, 2016). Menurut Christian Homburg, dkk, desain produk yang terdiri dari dari estetika, fungsional dan simbolisme yang dimiliki dari setiap dimensi harus bernilai unik yang artinya Estetika berarti produk yang memiliki atribut yang menyebabkan persepsi keindahan bagi yang melihatnya (Leder et al. 2004), adapun fungsional berarti kemampuan suatu produk untuk memenuhi tujuannya (Bloch : 2011) sedangkan simbolisme mengacu pada penerimaan pesan yang dikomunikasikan oleh sebuah produk berkenaan dengan citra diri konsumen kepada konsumen dan orang lain berdasarkan elemen visual (Aaker 1999;Belk 1988; Bloch 2011)

Berdasarkan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Desain produk Terhadap Daya Saing Usaha (Studi pada UMKM sarung tenun di Majalaya Kab.Bandung)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka dari itu UMKM sarung tenun Majalaya harus mampu mengembangkan desain produk agar daya saing akan berkembang dan meningkat secara signifikan. Kejayaan produk sarung tenun dalam UMKM Majalaya kian hari kian meredup seiring datangnya persaingan pasar global. Apalagi bagi para pengusaha kecil rentan mengalami gulung tikar. Persaingan global menuntut pengusaha pembuat sarung tenun menjual dengan harga murah namun tidak sebanding dengan biaya produksi. Dengan adanya tuntutan seorang wirausaha untuk memenuhi daya saing usaha, ini membuat para wirausahawan harus melihat aspek – aspek lain yang dapat mempengaruhi konsumennya.

Melihat permasalahan tersebut, salah satu solusi yang dapat dilakukan agar mampu bersaing dalam pasar bebas yaitu dengan mengembangkan desain produk. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi masalah penelitian ini diidentifikasi masalah sebagai berikut:

Adanya beberapa faktor penghambat UMKM sarung tenun Majalaya dalam menumbuhkan daya saing usaha, dikarenakan persaingan semakin ketat UMKM sarung tenun di majalaya sudah mulai teralihkan bahkan gulungtikar karena tidak dapat bersaing dengan produk yang memiliki desain dan motif yang lebih menarik. Pengembangan desain produk harus dilakukan agar terus mengikuti persaingan dalam berwirausaha. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menganalisa bagaimana pengaruh desain produk terhadap tingkat daya saing usaha pada studi UMKM sarung tenun Majalaya.

1.3 Rumusan Penelitian

Sesuai dengan yang telah diuraikan penulis dalam latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana gambaran desain produk pada UMKM sarung tenun di Majalaya.
2. Bagaimana gambaran daya saing pada UMKM sarung tenun di Majalaya.
3. Bagaimana pengaruh desain produk terhadap daya saing pada UMKM sarung tenun di Majalaya.

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memperoleh gambaran desain produk pada UMKM sarung tenun di Majalaya.
2. Memperoleh gambaran daya saing pada UMKM sarung tenun di Majalaya.
3. Memperoleh temuan pengaruh desain produk terhadap daya saing pada UMKM sarung tenun di Majalaya.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut serta dapat memberikan sumbangan dalam aspek keilmuan (teoritis), khususnya dalam bidang kewirausahaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori yang sudah ada dalam kewirausahaan yaitu teori Bygrave tentang desain produk dan daya saing usaha.
3. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis yaitu untuk pada UMKM sarung tenun di Majalaya untuk memperhatikan strategi kewirausahaan dalam keterampilan wirausaha.
4. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi dan landasan untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai desain produk yang mempengaruhi daya saing pada UMKM.

Ervina Nurfalih, 2020

PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP DAYA SAING (Studi pada UMKM Sarung Tenun di Majalaya Kabupaten Bandung)

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