

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil merupakan bagian dari dunia usaha nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Di Indonesia sendiri perhatian terhadap usaha kecil menengah (UKM) telah menjadi hal yang penting bukan hanya untuk memperkuat struktur perekonomian nasional, tetapi juga untuk penyerapan tenaga kerja dan sebagai wahana yang sangat strategis untuk distribusi barang dan jasa. Kehadiran UKM ini semakin dirasakan dampaknya di Indonesia selama terkena krisis moneter.

Ketika perekonomian Indonesia semakin sulit, sektor usaha kecil dan menengah (UKM) justru menjadi sektor yang mampu bertahan sebagai salah satu sektor penyangga ekonomi rakyat. Technical Assistant ADB pada tahun 2001 melakukan survei terhadap 500 UKM di Medan dan Semarang, hasilnya 78 persen UKM menjawab tidak terkena dampak dari adanya krisis moneter. (Noer Soetrisno, 2004). Mengingat peranannya tersebut, usaha kecil harus terus dikembangkan, karena tidak semua kegiatan produksi dalam suatu industrialisasi dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien oleh industri skala besar.

Perkembangan usaha kecil yang sangat pesat dapat membantu pembangunan ekonomi daerah. Pembangunan ekonomi ini ditunjang dengan

pembangunan industri baik industri manufaktur, industri pertambangan dan migas, industri jasa pariwisata, dan berbagai industri lain yang sesuai dengan potensi daerah masing-masing. Begitu pula di Kota Bandung, PDRB Kota Bandung berasal dari sektor jasa yang disusul oleh sektor industri pengolahan dan sektor prasarana (*utiliy*). Usaha-usaha tersebut sebagian besar dilaksanakan oleh Koperasi dan industri kecil & menengah (IKM).

Usaha Kecil dan Menengah, pada umumnya mempunyai karakteristik sebagai suatu entitas bisnis yang berskala kecil sampai sedang baik dalam pengertian pendanaan, maupun jumlah tenaga kerja yang dipergunakan dalam organisasi bisnis tersebut. Karena ukurannya, UKM sebagian besar bergerak di pasar yang bersifat persaingan sempurna (*perfect competition*) maupun persaingan monopolistik (*monopolistic competition*).

Usaha Mikro adalah usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin/mendekati miskin dengan sumberdaya lokal dan teknologi sederhana serta lapangan usaha mudah untuk dimasuki namun juga mudah untuk ditinggalkan. (Bank Indonesia, SK Dir BI No.31/24/KEP/DIR 1998).

Usaha informal dapat kita klasifikasikan kedalam usaha kecil dan menengah. Berikut merupakan klasifikasi usaha kecil menengah menurut versi Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) :

1. Usaha mikro.

- a. memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 300.000.000

- c. memiliki modal (equity) sampai dengan Rp 10.000.000
2. Usaha kecil
- a. memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000 – 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan Rp 300.000.000 – Rp 2.500.000.000
 - c. memiliki modal Rp 10.000.000 – Rp 300.000.000
3. Usaha menengah
- a. memiliki kekayaan bersih Rp 500.000.000 – 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
 - b. memiliki hasil penjualan tahunan Rp 2.500.000.000 – Rp 50.000.000.000
 - c. memiliki modal Rp 300.000.000 – Rp 20.000.000.000

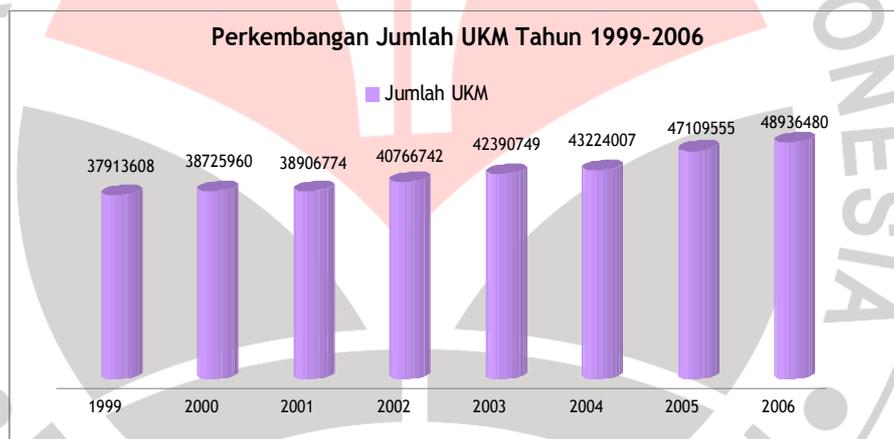
Sebuah standar yang lumayan tinggi. Namun penggolongan ini dirasakan cukup penting untuk meningkatkan kualitas UKM sebagaimana unsur-unsur pendukung UKM lain. Meskipun begitu UKM telah menyumbang lebih dari setengah Produk Domestik Bruto dan menyerap angkatan kerja yang begitu besar. Sehingga pantaslah dikatakan bahwa UKM merupakan kekuatan pendorong pembangunan ekonomi utama dalam negeri.

Untuk mengetahui banyak sedikitnya Usaha Kecil Menengah yang berkembang maka kita dapat lihat melalui perkembangan UKM dapat kita lihat melalui tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah UKM
Tahun 1999-2006

Tahun	Jumlah UKM	Pertumbuhan	Persentase
1999	37.913.608	-	-
2000	38.725.960	812.352	2.10%
2001	38.906.774	180.814	0.46%
2002	40.766.742	1.859.968	4.56%
2003	42.390.749	1.624.007	3.83%
2004	43.224.007	833.258	1.93%
2005	47.109.555	3.885.548	8.25%
2006	48.936.480	1.826.925	3.73%
Rata-rata		1574696	3.55%

Sumber: BPS dan Statistik UKM, diolah



Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah UKM
Tahun 1999-2006

Berdasarkan data diatas, bahwa jumlah UKM secara total mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Rata-rata kenaikan jumlah unit usaha UKM sebesar 3,55 persen atau sebesar 1.574.696 tiap tahunnya. Namun yang paling besar pengaruhnya terlihat pada tahun 2005 sebesar 8,25 persen atau sebesar 3.885.548 dari 47.109.555 unit UKM.

Sektor ekonomi UKM yang memiliki proporsi unit usaha terbesar adalah sektor (1) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan; (2) Perdagangan, Hotel dan Restoran; (3) Industri Pengolahan; (4) Jasa-jasa; serta (5) Pengangkutan dan Komunikasi dengan perkembangan masing-masing sektor tercatat sebesar 53,57 persen, 27,19 persen, 6,58 persen, 6,06 persen dan 5,52 persen.

Banyak bidang informal yang berpotensi untuk diangkat dan digali menjadi salah satu bidang usaha yang menghasilkan keuntungan dan *income* keluarga sekaligus dapat menyerap tenaga kerja. Usaha berdagang merupakan salah satu alternatif lapangan kerja informal, yang ternyata banyak menyerap tenaga kerja.

Industri kecil di Kota Bandung memberikan kontribusi yang sangat besar bagi kegiatan ekonomi, salah satunya adalah ikut berperan dalam mengatasi masalah tenaga kerja, seperti terlihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Potensi Industri Kota Bandung Tahun 2006

Kriteria	Unit	Tenaga Kerja	Investasi
	Usaha	(Orang)	
1. Industri Besar	84	7.602	567.821.273
2. Industri Menengah	104	4.714	83.735.268
3. Industri Kecil	2.675	46.423	567.609.189
Jumlah	2.863	58.739	1.219.165.730

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah unit usaha industri kecil lebih banyak dibandingkan dengan industri menengah dan industri besar, yaitu sebanyak 2.675 unit usaha dan dapat menyerap tenaga kerja terbanyak yaitu 46.423 orang.

Dewasa ini, industri kecil menjadi salah satu ujung tombak pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Industri kecil mempunyai peran yang sangat penting dalam mengurangi angka pengangguran, menciptakan kesempatan kerja, menciptakan pemerataan pendapatan serta pengembangan kewiraswastaan. Namun industri kecil ini umumnya masih menghadapi berbagai kompleksitas masalah baik internal maupun eksternal, seperti penguasaan teknologi yang rendah, akses pasar yang terbatas, kelemahan dalam pengelolaan usaha dan lain sebagainya. Hal tersebut mengakibatkan akses terhadap sumber pembiayaan dan pasar serta rendahnya menghadapi persaingan dengan industri skala menengah dan besar yang merupakan faktor eksternal menjadi rendah.

Oleh karena itu, diperlukan upaya terus menerus dalam rangka mendorong dan mengembangkan industri kecil secara komprehensif. Karena dibalik semua itu, industri kecil ini memiliki potensi yang cukup besar untuk terus dikembangkan di Indonesia. *Pertama* dilihat dari keberadaannya yang tersebar diseluruh pelosok tanah air terutama di daerah pedesaan yang merupakan wadah kreativitas masyarakat, *kedua* karena skala usahanya yang relatif kecil sehingga tidak terlalu sulit untuk mulai melakukannya, *ketiga* karena sumber pengelolaannya bertumpu pada bahan baku lokal sehingga sumber bahan baku lokal dapat dimanfaatkan secara optimal, dan *keempat* karena perlengkapan yang

digunakan lebih banyak mengandalkan teknologi yang tepat guna sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak dana dalam proses produksinya.

Lebih jauh perhatian untuk mengembangkan industri kecil seperti yang diutarakan oleh Kuncoro (1996:15), dilandasi oleh dua alasan utama :

1. Karena industri kecil mampu menyerap banyak tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak industri kecil intensif dalam menggunakan sumberdaya alam lokal. Apalagi karena lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan industri kecil akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah orang miskin, pemerataan dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi di pedesaan
2. Dari sisi kebijakan, industri kecil jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan. Di pedesaan, peran penting industri kecil mampu memberikan tambahan pendapatan serta merupakan *seedbed* bagi pengembangan industri nasional.

Selama ini telah banyak usaha yang dilakukan oleh pemerintah untuk membantu perkembangan industri kecil, salah satunya adalah penyediaan tempat usaha khusus bagi industri kecil dalam bentuk pembagian sentra-sentra. Hal tersebut akan memudahkan pemerintah untuk dapat memanfaatkan potensi ekonomi dan kontribusi industri terhadap perekonomian tiap daerah.

Kota Bandung adalah salah satu wilayah yang memiliki sentra-sentra industri kecil yang beragam, setidaknya terdapat lima kawasan sentra industri yang telah lama dikenal oleh masyarakat lokal, nasional maupun regional. Kelima :
kawasan itu adalah

1. Sentra industri sepatu Cibaduyut
2. Sentra industri kaos Jalan Suci
3. Sentra industri Binongjati
4. Sentra industri tekstil Cigondewah, dan

5. Sentra industri Jeans Cihampelas.

Dari kelima sentra atau industri kecil lebih banyak dan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak pula jika dibandingkan dengan industri yang berskala besar, industri kecil memberikan kontribusi investasi yang lebih kecil. Hal ini dikarenakan adanya masalah yang dihadapi oleh industri kecil. Masalah yang biasanya dihadapi oleh industri kecil adalah kesulitan pemasaran, keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan teknologi dan masalah bahan baku untuk produksi (Tulus Tambunan 2002:73). Sedangkan menurut Pandji Anoraga (2007:57), permasalahan yang biasanya dihadapi oleh industri kecil adalah sebagai berikut:

- a. Masalah pemasaran (meliputi persaingan, akses terhadap informasi pasar, dan kelembagaan pendukung usaha kecil)
- b. Masalah kemitraan
- c. Masalah sumber daya manusia
- d. Masalah keuangan.

Salah satu sentra industri yang meminta perhatian khusus adalah sentra industri kaos Suci, wilayah ini merupakan tempat tujuan untuk membuat kaos. Saat ini walaupun keberadaan industri-industri kecil di wilayah Suci membawa kemajuan terhadap pertumbuhan perekonomian daerah, namun keberadaannya belum sepenuhnya terlepas dari masalah atau kendala yang dihadapi. Berikut data perkembangan usaha Industri Kaos Suci :

Tabel 1.3
Data Rata-rata Laba Pengusaha Kaos Suci
Periode Desember 2008 – November 2009
(dalam ribuan rupiah)

Periode	TR	TC	Laba	%
Des 2008	19.290	12.860	6.430	-
Jan 2009	22.350	14.900	7.450	15,86
Feb 2009	16.005	10.350	5.655	-24,09
Mar 2009	15.834	10.550	5.284	-6,56
Ap 2009	18.931	13.260	5.671	7,32
Mei 2009	20.118	13.412	6.706	18,25
Jun 2009	21.645	14.430	7.215	7,59
Jul 2009	24.450	16.300	8.150	12,96
Agu 2009	24.150	19.562	4.588	-43,71
Sept 2009	13.034	8.567	4.467	-2,64
Okt 2009	15.256	10.124	5.132	14,89
Nov 2009	10.235	6.580	3.655	-28,78

Sumber : Hasil pra Penelitian diolah

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa laba para pengusaha kaos di Kawasan Kaos Suci dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 cenderung fluktuatif. Penurunan yang cukup signifikan terjadi pada bulan Agustus 2009 sebesar 43,71 % yaitu penurunan laba dari Rp. 8.150.000 turun hingga Rp 4.588.000. Kemudian pada bulan September juga masih tetap mengalami penurunan sebesar 2,64 %, baru pada bulan Oktober 2009 laba kembali meningkat sebesar 14,89 %. Namun sayangnya peningkatan tersebut tidak berlangsung lama,

karena pada bulan November 2009 laba kembali mengalami penurunan sebesar 28,78 % yaitu menjadi Rp 3.655.000 .

Berdasarkan data diatas, penurunan laba yang terjadi pada industri kaos suci di Kota Bandung ini terjadi karena berbagai hal, diantaranya banyak bermunculan pengusaha-pengusaha baru, baik dengan produk yang sama atau tidak. Selain itu dibutuhkan kemampuan manajerial yang sangat baik dalam mengelola suatu usaha sehingga dapat berjalan dengan sangan baik dan efisien. Differensiasi produk pun menjadi salah satu faktor yang menentukan laba.Serta adanya promosi yang dilakukan para pengusaha baik melalui iklan media cetak ataupun elektronik yang dilakukan secara gencar.

Berasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dan differensiasi produk terhadap laba pengusaha industri kaos suci di Kota Bandung. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perkembangan usaha industri kaos dengan judul **”Pengaruh Kemampuan Manajerial, Diferensiasi produk dan Promosi Terhadap Laba Pengusaha Kaos Suci (Suatu Kasus Di Sentra Industri Kaos Jalan Suci)”**. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, bahwa terdapat penurunan jumlah laba maka dari itu penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah berpengaruh kemampuan manajerial terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci?

- b. Apakah berpengaruh diferensiasi produk terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci?
- c. Apakah berpengaruh promosi terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci?
- d. Apakah berpengaruh kemampuan manajerial, diferensiasi dan promosi produk terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Pengaruh kemampuan manajerial terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci.
- b. Pengaruh diferensiasi produk terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci.
- c. Pengaruh promosi terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci.
- d. Pengaruh kemampuan manajerial, diferensiasi produk dan promosi terhadap laba pengusaha di Sentra Industri Kaos Jalan Suci.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yakni:

- Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk memberi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya ilmu ekonomi mikro.

- Manfaat praktis

Manfaat praktis dari dilakukannya penelitian ini adalah:

- a. Sebagai bahan umpan balik tentang apa dan bagaimana promosi dan diferensiasi produk dapat mempengaruhi laba Sentra Industri Kaos Jalan Suci.
- b. Sebagai bahan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi berbagai pihak, diantaranya bagi para pengusaha industri kaos dalam pencapaian hasil produksi maksimal, bagi para investor yang tertarik dan ingin terjun untuk mengembangkan usaha industri kaos, serta bagi para peneliti lain yang hendak melakukan riset lebih dalam pada periode selanjutnya

