

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu sasaran yang ingin dicapai dalam pembangunan nasional adalah tingkat pertumbuhan perekonomian yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan nasional dan kesempatan kerja serta tercapainya pemerataan pendapatan. Hal ini berarti pembangunan ekonomi diarahkan pada pendayagunaan sumber daya alam dan sumber daya manusia seefisien mungkin hingga menghasilkan produksi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Perkembangan usaha kecil dalam menciptakan lapangan kerja baru merupakan suatu hal yang sangat strategis. Baik bagi pemerintah maupun bagi masyarakat. Usaha kecil sebenarnya sangat *fleksibel*, namun mereka sulit untuk berkembang, sedangkan usaha mereka sangat potensial. Berdasarkan kenyataan ini maka eksistensi industri telah mengambil peranan penting dalam masalah peningkatan pendapatan bagi masyarakat Indonesia.

Seperti yang diungkapkan Frida Rustiana (2005:2) bahwa sektor industri memiliki beberapa keunggulan antara lain :

1. Penyedia lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar.
2. Penyediaan barang-barang murah untuk dikonsumsi rakyat.
3. Efisiensi dan fleksibilitas terbukti menjadi kekuatan yang mampu membuat industri kecil dan menengah.

4. Usaha kecil dan menengah sebagai sumber penghasilan *entrepreneur* yang baru.

Usaha kecil yaitu suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha kecil menurut Undang-Undang No.9 tahun 1955 tentang usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal 1 milyar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, paling banyak Rp 200 juta.

Menurut Mudrajat Kuncoro (2007: 364) Pengembangan industri kecil adalah cara yang dinilai besar perannya dalam pengembangan manufaktur. Pengembangan industri kecil akan mengatasi masalah pengangguran mengingat teknologi yang digunakan adalah teknologi padat karya sehingga bisa memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha.

Keadaan ini sesuai dengan usaha mikro, kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan sebagai proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan menumbuhkan stabilitas nasional. Adapun data tentang potensi sentra industri kecil di Kota Bandung.

TABEL 1.1
POTENSI SENTRA INDUSTRI KECIL KOTA BANDUNG
PERKEMBANGAN SEKTOR
INDUSTRI & PERDAGANGAN
TAHUN 2008-2009

SEKTOR/KEGIATAN	TAHUN					
	2008			2009		
	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Investasi	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Investasi
Perdagangan						
Perusahaan kecil	4,157	8,314	1,039,250,123	5.871	11,816	1,295,892,500
Perusahaan Menengah	721	3,116	216,300,000	1.120	3,914	392,450,200
Perusahaan Besar	456	2,163	303,563.000	682	2,651	417,862,200
Jumlah	5,304	13,593	1,559,113,123	7.673	18,381	2,106,204,700

Sumber Data: Dinas Koperasi, UKM Dan Perindustrian, Perdagangan Kota Bandung, 2011.

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa unit usaha industri kecil tahun 2008-2009 terus mengalami peningkatan pertumbuhan lebih banyak dibandingkan dengan usaha industri besar. Industri kecil pun dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dari pada industri besar. Sehingga industri kecil menengah ini mempunyai prospek yang lebih baik untuk dikembangkan sebagai salah satu alternatif industri yang diharapkan mampu menanggulangi pemerataan pendapatan. Terlihat dari tabel dibawah ini :

TABEL 1.2
PERKEMBANGAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN
DI KOTA BANDUNG

Tahun	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai penjualan
2008	2.387	16.445	496.484.000
2009	6.645	22.038	634.694.400
2010	8.913	27.110	512.937.600
Jumlah	15.558	49.148	1.147.632.000

Sumber Data: Dinas Koperasi, UKM Dan Perindustrian, Perdagangan Kota Bandung, 2011.

Berdasarkan tabel 1.2 perkembangan industri makanan di Kota Bandung diatas dapat ditarik kesimpulan jumlah unit usaha dan nilai penjualan industri makanan mengalami kenaikan pada tahun 2009 sedangkan pada tahun 2010 kenaikan pada unit usaha sebesar 34.13% akan tetapi penurunan pada nilai penjualan pada tahun 2009 sebesar 19,18 %. penyerapan tenaga kerja mengalami kenaikan sebesar 23 %.

Meskipun usaha mikro, kecil dan menengah telah menunjukkan perannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi hambatan dan kendala baik yang bersifat internal maupun eksternal. Maka dilakukan pra survey untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan.

Hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti dengan mengunjungi beberapa pengusaha makanan di Kota Bandung yang tergabung dalam organisasi AIKMA (Asosiasi Industri Kecil Menengah Argo), maka peneliti mendapatkan data perkembangan pendapatan dari para pengusaha industri makanan tersebut. Menghasilkan data per dua tahun terakhir dapat dilihat sebagai berikut:

TABEL 1.3
PENDAPATAN INDUSTRI MAKANAN
KECIL, MENENGAH AGRO DI KOTA BANDUNG

No	Perusahaan	Pendapatan dalam rupiah (Rp), Periode 2010-2011		Persen (%)
		2010	2011	
1.	Nanamie	Rp. 360.000.000	Rp. 240.000.000	-33,33
2.	Sekar Ranti	Rp. 24.000.000	Rp. 20.400.000	-15,33
3.	Nenasz Cookies	Rp. 42000.000	Rp. 36.000.000	-14,28
4.	Sagala	Rp. 36.000.000	Rp. 24.000.000	-33
5.	Dhia Cheese Stick	Rp. 12.400.000	Rp. 15.000.000	-20,97

LANJUTAN TABEL 1.3
PENDAPATAN INDUSTRI MAKANAN
KECIL, MENENGAH AGRO DI KOTA BANDUNG

No	Perusahaan	Pendapatan dalam rupiah (Rp), Periode 2010-2011		Persen (%)
		2010	2011	
6.	Delfiza	Rp. 60.000.000	Rp. 36.000.000	-40
7.	Gerbang rasa	Rp. 180.000.000	Rp. 192.000.000	6,66
8.	Arista	Rp. 36000.000	Rp. 48.000.000	33,33
9.	Riri	Rp. 120.000.000	Rp. 0	0
10.	Cookies n Cheese Stick	Rp. 420.000.000	Rp. 360.000.000	-14,28

Sumber Data diolah. : Pra Survey Pada Pengusaha Makanan Industri Kecil, Menengah Agro Di Kota Bandung,2011.

Dilihat dari data 1.3 diatas menunjukkan bahwa pendapatan yang mengalami penurunan selama dua tahun terakhir akan tetapi ada juga yang mengalami kenaikan pendapatan. Data diatas menunjukkan banyak usaha kecil makanan yang mengalami pasang surut dalam usahanya. Penjualan menurun sehingga para pengusaha mengurangi jumlah produksi bahkan ada pula yang mengalami kebangkrutan.

Berbagai faktor permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil menengah argo sangat banyak diantaranya kurangnya kreatifitas pengusaha dalam hal diferensiasi produknya menjadikan industri ini lemah dalam variasi produk yang ditawarkan. Selain itu, para pengusaha makanan yang tergabung dalam AIKMA menggunakan saluran distribusi langsung (saluran nol tingkat). Saluran distribusi yang masih sedikit menjadikan banyak perusahaan tidak dapat berkembang sehingga memberikan dampak kurang baik terhadap penjualan dan pemasaran suatu produk.

Faktor penting yang tidak boleh diabaikan dalam usaha untuk memperlancar proses penyampaian barang atau jasa adalah memilih secara tepat saluran distribusi

yang digunakan dalam penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi merupakan salah satu aspek pemasaran yang sangat penting (Angipora 1999:191-193)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul dalam skripsi mengenai faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan industri makanan di Kota Bandung dengan judul :

‘PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENDAPATAN INDUSTRI KECIL MAKANAN DI KOTA BANDUNG’

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap pendapatan industri kecil makanan di Kota Bandung?
- b. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap pendapatan industri kecil makanan di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap pendapatan industri kecil makanan di Kota Bandung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap pendapatan industri kecil makanan di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wahana latihan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori yang telah peneliti dapatkan di perkuliahan dalam bentuk tulisan yang baik. Serta untuk menambah wawasan tentang manajemen pemasaran di industri kecil menengah argo dalam hal ini adalah kaitannya dengan diferensiasi produk dan strategi saluran distribusi terhadap pendapatan perusahaan.

b. Bagi Lembaga

Citivas akademik diharapkan dapat berguna sebagai sumbangan kepada almamater untuk dimanfaatkan sebagai sumber bacaan dan pengembangan penelitian selanjutnya yang berguna khususnya Manajemen Industri Katering.

c. Manfaat Praktis

Bagi pihak terkait, dapat diharapkan penelitian ini memberikan sumbangan informasi dalam menentukan kebijakan, khususnya dalam menentukan kebijakan bagi pendapatan pada pengusaha industri kecil menengah argo.