

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah untuk memperbaiki keadaan negara Indonesia pada saat ini. Sektor industri merujuk kepada sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi (*manufacturing*). Perkembangan sektor industri pengolahan dapat dilihat dari nilai produksi yang dihasilkan dari kegiatan produksi di sektor tersebut. Menurut Sofjan Assauri (2008:7) “Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan” .

Kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Dalam hal ini, kegiatan produksi adalah kegiatan suatu organisasi atau perusahaan untuk memproses dan mengubah bahan baku menjadi barang jadi melalui pengguna tenaga kerja dan faktor produksi lainnya. Kegiatan produksi tidak akan terwujud tanpa adanya alat atau benda yang digunakan untuk memproduksi, peralatan produksi dan orang yang melakukan kegiatan produksi. Benda-benda atau alat-alat yang digunakan untuk melakukan proses produksi disebut faktor-faktor proses produksi.

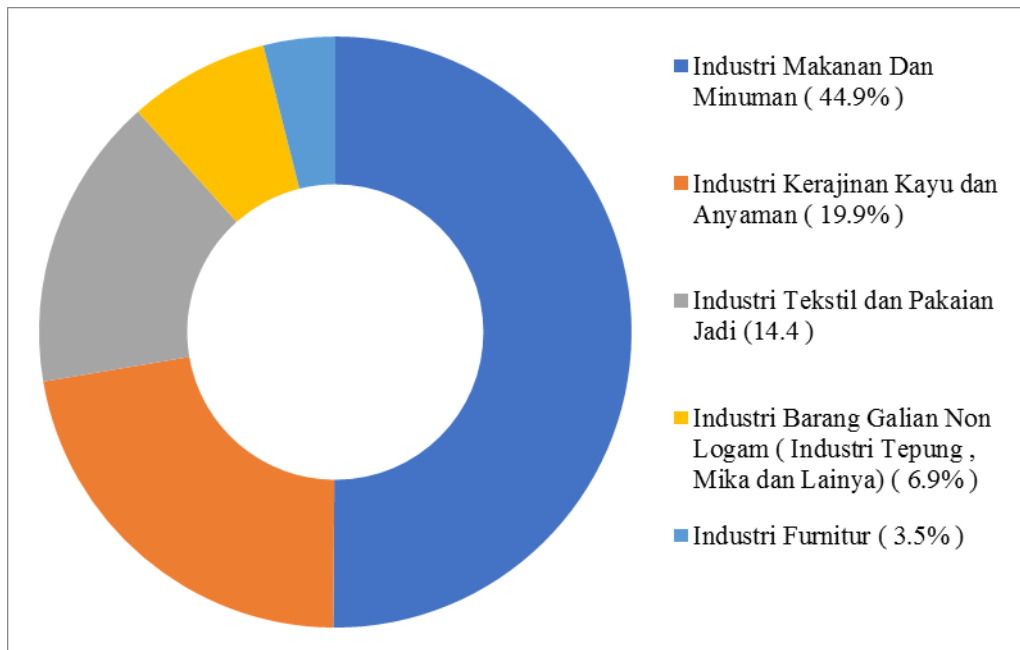
Dalam proses produksi, faktor-faktor produksi harus dikombinasikan karena antara faktor produksi yang satu dengan yang lainnya tidak dapat berdiri sendiri. Faktor-faktor produksi yang mempengaruhi berkembangnya suatu industri

antara lain meliputi modal, tenaga kerja, bahan baku, transportasi, sumber energi atau bahan baku dan pemasaran (Ismi, 2016).

Untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan salah satunya dengan cara mengedepankan sektor industri. Tidak hanya mengandalkan bidang industri sebagai salah satu sumber ekonomi negara termasuk meningkatkan sumber daya manusia yang kreatif.

Industri kreatif sendiri merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu. Industri kreatif memiliki peran dalam menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Selain itu industri kreatif dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian suatu daerah. Kemudian hal tersebut dapat memberikan dampak positif dalam menumbuhkan inovasi dan kreativitas dari pelaku industri dalam menciptakan produk-produk terbaru.

(Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025, 2008 Hal: 5-6).



Gambar 1.1
5 Olahan Industri Olahan Yang Berkembang di Kota Tasikmalaya

Sumber : Data BPS Kota Tasikmalaya 2015

Jika merujuk pada data di tersebut maka industri olahan dari sektor tekstil dan pakaian menempati persentase paling tinggi dibanding industri olahan lainya yang berkembang dari tahun ke tahun. Kota Tasikmalaya merupakan kota di Provinsi Jawa Barat yang terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa. Kota Tasikmalaya memiliki potensi *home industry* yang menghasilkan beraneka ragam produk kerajinan yang memiliki daya tarik dan seni yang sangat luar biasa dan sebagian besar telah memenuhi gugus kendali mutu.

Kota Tasikmalaya menempatkan sektor industri dan perdagangan sebagai potensi utama yang cukup menonjol perkembangannya. Mayoritas mata pencaharian penduduk Kota Tasikmalaya bergerak pada bidang industri pengolahan. Industri bordir telah berkembang cukup lama dan pesat di Kota Tasikmalaya dan industri ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.

Sebagai salah satu pusat kerajinan bordir yang terletak di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya telah dapat dibuktikan bahwa adanya kesadaran untuk saling menguntungkan (memajukan) atau simbiosis mutualisme seperti itulah yang harus ditumbuh kembangkan oleh masyarakat nya.

Tabel 1.2 Rekapitulasi Perkembangan Potensi Industri di Kota Tasikmalaya per - kecamatan sampai dengan tahun 2018

No	Kecamatan	Unit Usaha (UU)	Nilai Investasi (Rp. 000)	Nilai Produksi /Thn (Rp. 000)	Tenaga Kerja (Orang)
1.	Indihiang	122	40,571,486	745,437,152	2,745
2.	Bungursari	145	23,097,829	95,388,216	1,579
3.	Mangkubumi	469	71,750,039	444,097,305	5,280
4.	Cihideung	279	198,456,619	362,831,667	3,462
5.	Cipedes	413	40,982,613	236,135,232	4,006
6.	Tawang	189	17,098,229	90,880,222	1,437
7.	Kawalu	1,309	246,632,588	1,185,971,601	13,345
8.	Tamansari	503	41,178,168	433,423,609	4,392
9.	Cibeureum	204	23,666,436	119,849,880	1,877
10.	Purbaratu	161	9,341,038	64,662,890	1,920
Jumlah Total		3,794	712,775,044	3,778,677,774	40,043

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Januari 2018

Potensi industri kreatif di Kota Tasikmalaya ternyata cukup besar. Dari mulai bordir, batik, alas kaki (kelom geulis), kerajinan mendong, anyaman bambu, meubel, hingga payung geulis sangat memberikan kontribusi ekonomi yang tentunya menopang pertumbuhan kota Tasikmalaya (Dewan Kerajinan Nasional Daerah/ Dekranasda Kota Tasikmalaya). Banyaknya variasi produk pada industri kreatif di Tasikmalaya, cenderung menimbulkan banyaknya pilihan yang bisa memanjakan para pembeli yang berminat untuk membeli aneka produk olahan industri tersebut baik dalam skala kecil maupun dalam skala besar. Menurut Philip Kotler (2009:72) “variasi produk adalah sebagai bauran produk yang disebut juga

dengan pilihan produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan dan dijual oleh penjual tertentu”.

Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Unit Industri Bordir di Kota Tasikmalaya

No.	Tahun	Jumlah
1.	2010	1,250
2.	2011	1,281
3.	2012	1,315
4.	2013	1,356
5.	2014	1,371
6.	2015	1,387
7.	2016	1,397
8.	2017	1,401
9.	2018	1,416
10.	2019	1,424

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya 2019

Tabel 1.4 Rekapitulasi Perkembangan Potensi Industri di Kota Tasikmalaya Sampai (Dalam Industri Bordir)

No.	Tahun	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai Investasi	Nilai Produksi
1.	2013	1.356	13.366 orang	Rp223.117.942	Rp977.616.576
2.	2014	1.371	13.571 orang	Rp228.318.442	Rp1.001.368.476
3.	2015	1.387	13.958 orang	Rp239.774.416	Rp1.050.412.116
4.	2016	1.397	14.054 orang	Rp242.607.416	Rp1.063.666.116
5.	2017	1.401	14.071 orang	Rp243.329.416	Rp1.066.657.116
6.	2018	1.407	14.097 orang	Rp244.404.416	Rp1.067.757.116

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Januari 2018

Dikutip dari laman *headline* wisatajabar.com (2015), produk bordir khas Tasikmalaya sudah merambah ke negeri jiran Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam hingga ke negara - negara Timur Tengah. Adapun gaya bordir yang diterapkan pada kain adalah gaya bordir serapan dari kebudayaan Tiongkok. Modifikasi dan penyesuaian bahan kemudian menjadikan bordiran khas Tasikmalaya terpadu dalam produk kerudung, kebaya, mukena, tunik, selendang, blus, rok, sprei, sarung bantal, taplak meja, dan yang lainnya. Bahan untuk masa ramadhan dan musim haji, produk baju gamis, baju koko, kopiah haji, hingga

busana sehari - hari dengan hiasan bordiran, menjadi buruan masyarakat yang ingin belanja fashion.

Daerah yang dikenal sebagai sentra industri bordir di Kota Tasikmalaya terdapat di Kecamatan Kawalu yang tersebar di 10 Kelurahan yaitu Kelurahan Tanjung, Kelurahan Talagasari, Kelurahan Karsamenak, Kelurahan Cibuti, Kelurahan Cilamajang, Kelurahan Gunung Tandala, Kelurahan Gunung Gede, Kelurahan Karang Anyar, Kelurahan Leuwiliang dan Kelurahan Urug. Kecamatan Kawalu mengalami percepatan ekonomi paling pesat dibanding kecamatan lainnya yang produk bordirnya sudah merambah ke pasar nasional dan pasar internasional. Komoditi konveksi di Kota Tasikmalaya memang menjadi produk unggulan.

Kecamatan Kawalu memiliki potensi industri bordir yang perlu dikembangkan, peran industri kerajinan bordir dapat mempengaruhi nilai tambah bagi perekonomian di Kota Tasikmalaya. Industri bordir ini sudah dikenal sejak menjelang akhir masa penjajahan Belanda sekitar tahun 1940. Salah satu daerah industri bordir yang sudah berkembang pada saat itu terdapat di kelurahan Tanjung, yang diperkenalkan pertama kali oleh Ibu Umayah dari Desa Tanjung Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya yang pernah belajar dari seorang warga keturunan Cina, yaitu Lie Juki. Di wilayah Kawalu tercatat 401 perusahaan yang masuk pada daftar industri kreatif bordir dan untuk perusahaan yang masih beroperasi ada sekitar 105 perusahaan (Masitoh, dalam Jurnal Ekono-Insentif, 2010:40)..Lokasi industri bordir tersebar di seluruh kelurahan di Kecamatan Kawalu. Setiap kelurahan memiliki jumlah industri kreatif bordir yang berbeda-

beda dan yang paling banyak terdapat pada Kelurahan Cibeutu, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.5 Rekapitulasi Data Jumlah Industri Bordir Kecamatan Kawalu Tahun 2019

No	Kelurahan	Unit Usaha
1.	Cibeutu	33
2.	Karsamenak	28
3.	Tanjung	28
4.	Talagasari	25
5.	Gunung Tandala	23
6.	Cilamajang	19
7.	Leuwiliang	11
8.	Karang Anyar	10
9.	Gunung Gede	8
10.	Urug	4
Jumlah		189

Sumber : Data Dari Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya

Dari tabel 1.5, dapat diketahui jumlah industri bordir. Untuk tingkat klasifikasi tinggi terdapat pada Kelurahan Cibeutu, Kelurahan Karsamenak dan Kelurahan Tanjung.

Untuk tingkat klasifikasi sedang terdapat pada Kelurahan Talagasari, Kelurahan Gunung Tandala dan Kelurahan Cilamajang dan untuk tingkat klasifikasi rendah terdapat pada Kelurahan Leuwiliang, Kelurahan Karang Anyar, Kelurahan Gunung Gede dan Kelurahan Urug.

Perkembangan teknologi bukan hanya digunakan sebagai proses pemasaran dan permintaan pasar, tetapi turut berpengaruh juga dalam proses varians produksi. Penggunaan mesin bordir dengan sistem komputer kini digunakan oleh para pengusaha bordir. Sekitar 40 persen pengusaha bordir menggunakan mesin bordir dengan sistem komputer, 50 persen menggunakan mesin bordir semi-otomatis, dan 10 persen menggunakan mesin bordir manual.

Penggunaan mesin bordir dengan sistem komputer akan mempercepat proses produksi. Satu mesin bordir dengan sistem komputer mampu menghasilkan 200 potong hasil kain bordir per hari yang kemudian dilanjutkan oleh para karyawan untuk diaplikasikan pada berbagai produk seperti mukena, tas bordir, baju muslim, dan lainnya.

Banyak nya variasi produk unggulan yang ditunjukkan oleh para pengusaha di bidang industri olahan bordir ini cenderung menambah banyak nya minat dari berbagai calon konsumen yang akan membeli aneka produk tersebut baik untuk barang konsumsi pribadi maupun untuk diperjualkan lagi kemudian. Adapun minat konsumen/minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai produk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan (stimuli) dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi

konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk membeli. Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut: minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif (Ferdinand: 2002).

Pengalaman seorang dalam melakukan strategi pemasaran dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, banyaknya pengalaman seorang pelaku usaha dalam menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya dan keahliannya. Semakin tinggi pengalaman berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada tingkat output produksi yang bersangkutan, sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil dari pada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha maka akan dapat meningkatkan pengetahuan tentang minat ataupun perilaku konsumen. Sehingga pengalaman dalam menekuni bidang wirusaha, khususnya di sektor industri olahan bordir ini merupakan salah satu faktor yang diduga dapat mempengaruhi kualitas produksi produk ketika nantinya dipasarkan ke publik.

Dalam memasarkan produk apapun ke publik, pada dasarnya para pelaku usaha mesti memiliki strategi supaya terus mendapatkan *niche market* yang sesuai dengan segmentasi pasar, sehingga produk yang dijual akan selalu diterima oleh publik. Dikutip dari laman PikiranRakyat.com (oleh jurnalis Ai Rika Rachmawati di Bandung), gelombang e-commerce memunculkan tren disruptif.

Di satu sisi, e-commerce membantu pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) memperluas pasar. Namun di sisi lain melemahkan bisnis konvensional

yang sudah lebih dulu ada. Demikian diungkapkan oleh Chief Lembaga riset Telematika Sharing Vision, Dimitri Mahayana di Bandung, 24 September 2017.

“Pasar bisnis konvensional masih dan akan tetap ada. Hanya sebagian konsumen sudah dan akan beralih ke digital. Keduanya, antara e-commerce dan bisnis konvensional seharusnya bisa saling melengkapi. Berdasarkan data Sharing Vision, Nilai transaksi e-commerce di Indonesia tumbuh 39,6 % per tahun. Tahun ini (pada 2017) nilai transaksi e-commerce diprediksikan mencapai Rp562 triliun dan akan menyentuh 1.000 triliun pada 2020”.

Jika dilihat dari tren yang berkembang sebagaimana kutipan dari berita, maka strategi dalam meningkatkan daya saing produk dan adaptasi akan media informasi yang terbaru harus dan wajib untuk diikuti.

Karena jika tren yang terjadi diabaikan dan para pelaku usaha UMKM tidak kunjung menyesuaikan diri dengan keadaan sekarang apalagi dalam kondisi saat ini yang masih pada penyebaran kondisi corona/covid 19, maka para pelaku usaha tersebut tidak akan dapat menahan lagi laju gelombang pasar yang akan banyak memanfaatkan media online/digital dibandingkan pasar konvensional. Dalam hal ini UMKM mengalami gejolak dan dinamika perubahan tren pasar yang sangat pesat, hampir seluruh produk baik dalam skala besar hingga skala kecil pun perlahan sudah mengikuti perubahan ke arah digitalisasi pasar.

Namun sebagian besar pelaku usaha UMKM daerah yang berskala besar masih mengikuti metode konvensional yang berarti masih dalam metode lama. Belum jelasnya kapan masa penyebaran pandemik akan hilang dari Indonesia, khususnya dari daerah Tasikmalaya. Dengan adanya penyebaran covid 19 ini

menyebabkan banyak usaha di bidang bordir gulung tikar dan beralih ke industri usaha lainya dikarenakan turun nya permintaan pasar karena sektor produksi dan konsumsi publik tertunda dan dihentikan sementara oleh pemerintah pusat maupun daerah untuk mengurangi dampak penyebaran covid 19. Tercatat ada ratusan usaha UMKM dari berbagai sektor terkena dampak langsung dari penggiatan karantina wilayah yang diadakan oleh pemerintah setempat.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2008) “Strategi Pemasaran adalah dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan manfaat dari hubungan mereka dengan konsumen”. Menurut Kurtz (2008) “strategi pemasaran adalah program keseluruhan perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran, produk, distribusi, promosi dan harga”.

Sehingga penting nya strategi pemasaran yang handal dilakukan oleh pelaku usaha UMKM dalam rangka meningkatkan minat konsumen, harus didasari oleh banyak nya variasi dari produksi produk yang berkualitas sehingga peningkatan pendapatan para pelaku usaha UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya terutama dalam masa pandemic ini akan tetap bisa dipertahankan biarpun pada realitasnya sudah banyak juga para pelaku usaha yang kolaps dan tidak kuat lagi menanggung rugi dari biaya produksi yang terus berjalan karena menurun nya angka penjualan produk dari segala segmentasi produk kerajinan yang ditawarkan pada publik/pasar konsumsi yang melakukan transaksi di masa sebelum nya.

Kondisi ini menjadikan penulis ingin mengetahui bagaimana pada masa kini, strategi pemasaran dan banyaknya variasi produk masih bisa dilakukan, diterima dan diminati oleh konsumen/pasar.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada usaha kerajinan bordir, dan berdasarkan fenomena yang terjadi dari penelitian terdahulu, juga kondisi terkini ketika mengalami masa pandemik covid 19 di tahun 2020 hingga pasca kondisi pandemik nanti berakhir, penulis tertarik untuk meneliti serta memilih judul **“PENGARUH VARIASI PRODUK, MINAT KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KECAMATAN KAWALU KOTA TASIKMALAYA (Studi Kasus Sentra Bordir)**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis membuat rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana variasi produk, minat konsumen, dan strategi pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana variasi produk, minat konsumen, dan strategi pemasaran berpengaruh secara bersama - sama terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui variasi produk, minat konsumen, dan strategi pemasaran yang nantinya akan mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya
2. Untuk mengetahui variasi produk, minat konsumen, dan strategi pemasaran yang nantinya mempengaruhi secara bersama - sama terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teori/Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta pengembangan ilmu khususnya dalam ekonomi mikro. Secara teoritis melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan bukti empiris sehingga dapat dijadikan referensi dan pertimbangan bagi perkembangan penelitian selanjutnya di bidang yang sama dan sumber referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya mengenai variasi produksi boridr di kawasan sentra industri Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.

1.4.2 Kegunaan Praktis/Empiris

Berdasarkan penjelasan diatas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kegunaan praktis atau empiris berupa:

1. Menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca khususnya pada bidang pengembangan sentra bordir.
2. Melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnia Universitas Siliwangi.
3. Sebagai salah satu media latih untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan sesuai disiplin ilmu yang dipelajari.
4. Mengetahui variasi produk sentra bordir Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.
5. Dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi pemerintah Kota Tasikmalaya dalam menggerakkan perekonomian daerah guna menciptakan kesejahteraan masyarakat Kota Tasikmalaya khususnya.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya. Dalam hal ini penulis melaksanakan penelitian data primer yaitu berupa data jumlah UMKM di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian diawali sejak 25 Maret 2020, diawali dengan pengajuan judul kepada pihak jurusan Ekonomi Pembangunan.

Tabel 1.6 Jadwal Kegiatan Penelitian

Keterangan	Tahun 2020																							
	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■	■	■	■																				
Pengumpulan Data					■	■	■	■																
Penyusunan UP dan Bimbingan Penelitian									■	■	■	■	■	■	■	■								
Seminar UP																	■	■						
Pengolahan Data																					■	■	■	■
Penyusunan Skripsi dan Bimbingan																								
Ujian Skripsi dan Komprehensif																					■	■	■	■