

PENDAHULUAN

Pada bab I akan dijelaskan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan. Pada latar belakang dibahas mengenai isu-isu yang berhubungan dengan tema penelitian serta alasan penulis mengangkat tema penelitian. Pada rumusan masalah akan ada pertanyaan-pertanyaan yang akan dibahas berkaitan dengan isu yang diteliti, sehingga nantinya akan terlihat gambaran mengenai tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari data Biro Pusat statistik (BPS), pada tahun 2009 total PDB Indonesia mencapai Rp. 5.294,8 triliun, dari jumlah tersebut UKM memberikan kontribusi sebesar Rp. 2.993,1 triliun atau sebesar 56,53% dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UKM Indonesia pada tahun 2009 mencapai 52,7 juta unit atau 99,99 % terhadap total unit usaha di Indonesia, sementara itu jumlah tenaga kerja yang diserap oleh sektor ini mencapai 96,2 juta orang atau 97,3 % terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa UKM dalam perekonomian Indonesia memiliki peran yang penting dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan *output* yang berguna bagi masyarakat.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat diartikan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria

usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Kemudian usaha kecil diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Serta usaha menengah diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Biro Perencanaan Kementerian KUKM (2011) mengatakan bahwa UKM selalu mempunyai posisi penting, disebabkan sebagian besar jumlah penduduk Indonesia mempunyai latar belakang pendidikan yang rendah dan hidup dari kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Pemerintah berharap dengan mengembangkan UKM dapat memberikan dampak positif pada perkembangan ekonomi rakyat Indonesia.

Asmarani (2006) menjelaskan, secara nasional, usaha kecil dan menengah mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat penting dan strategis dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan nasional pada umumnya dan tujuan pembangunan ekonomi pada khususnya. Peran ini dapat dilihat dalam hal penyediaan kesempatan usaha, lapangan kerja dan peningkatan ekspor. Selain itu, usaha kecil dan menengah lebih mampu bertahan dalam kondisi krisis ekonomi, karena mempunyai karakteristik yang lebih fleksibel dan lebih memanfaatkan

sumber daya lokal sehingga bisa diandalkan untuk mendukung ketahanan ekonomi (Sandee, 2002; Untari. 2005).

Namun demikian usaha kecil menengah dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak seperti rendahnya produktivitas sumber daya manusia dan manajemen yang belum profesional, kurang tanggap terhadap perubahan teknologi dan kurangnya permodalan. Kemudian akses pasar yang belum memadai, termasuk di dalamnya jaringan distribusi yang berfungsi sebagai jalur pemasaran belum berjalan efisien dan belum adanya tanda-tanda membaiknya perekonomian nasional serta tantangan dari perkembangan perdagangan bebas.

Kinerja UKM sebagai salah satu entitas bisnis juga terpengaruh oleh kondisi lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal (David, 2006). Lingkungan internal terdiri dari berbagai dimensi yang lebih mudah dikontrol sedangkan lingkungan eksternal lebih sulit dikontrol. Pada lingkungan internal UKM perlu memperhatikan berbagai aspek sumberdaya yang dimiliki seperti karyawan, keunggulan bersaing, pengetahuan, dan sumberdaya lainnya. Pada lingkungan eksternal perlu diperhatikan berbagai aspek yang berada diluar organisasi seperti lingkungan sosial budaya, lingkungan politik, perkembangan teknologi, serta lingkungan industri.

Lingkungan industri merupakan lingkungan luar yang paling dekat dan memiliki implikasi yang lebih langsung terhadap perusahaan. Lingkungan industri tidak diartikan secara terbatas sebagai sekumpulan perusahaan yang memproduksi produk/jasa yang sama, tapi berbagai dimensi eksternal yang berinteraksi secara langsung dengan perusahaan (Porter, 2007). Lebih jauh lagi Porter menjelaskan

tentang analisis lingkungan industri, terdapat lima aspek dalam lingkungan industri yaitu hambatan masuk ke dalam industri, keberadaan produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok, serta kondisi persaingan di dalam industri. Kelima dimensi ini diyakini mempengaruhi kinerja perusahaan termasuk kinerja perusahaan dengan skala kecil seperti UKM.

Usaha Kecil Menengah adalah jenis usaha banyak berkembang di Indonesia, khususnya di provinsi Sumatera Barat. Kondisi ini bisa dilihat di provinsi Sumatera Barat, dimana perusahaan kecil lebih banyak dibanding dengan perusahaan menengah dan besar. Jumlah perusahaan menengah dan besar yang bertahan di Sumatera Barat hanya 0,74 % dari jumlah semua perusahaan di Sumatera Barat, sementara jumlah Usaha Kecil Menengah mencapai 99,26% (BPS, 2011).

UKM juga merupakan sektor yang penting di provinsi Sumatera Barat, karena mampu memberikan dampak terhadap lapangan pekerjaan. Dilihat dari aspek jumlah tenaga kerja. UKM mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja yang diserap oleh UKM lebih besar dibanding dengan perusahaan-perusahaan menengah dan besar. Perusahaan besar dapat menyerap 8,76 % dari semua jumlah tenaga kerja yang ada di Provinsi Sumatera Barat. Sedangkan Usaha Kecil dan Menengah mampu menyerap hingga 91,24 % (BPS, 2011).

AzzwarS Perfume merupakan salah UKM yang bergerak di bidang penjualan perfume paris eceran di Sumatra Barat khususnya di kota Padang. Perusahaan yang didirikan pada tahun 1999 ini telah berkontribusi dalam meningkatkan jumlah lapangan kerja di Sumatera Barat. AzzwarS memiliki 9 cabang yang mana setiap cabang setidaknya mempekerjakan tiga orang tenaga kerja.

Kinerja AzwarS, seperti kinerja perusahaan lainnya, juga ditentukan oleh lingkungan industri yang dihadapi. Lingkungan tersebut dapat menentukan posisi mereka di pasar serta bagaimana cara menghadapi persaingan (Porter, 2007). Penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan lingkungan industri yang dihadapi oleh AzzwarS perfume sebagai salah satu UKM di Sumatera Barat yang mengacu kepada kerangka analisis industri yang diusulkan oleh Porter (2007). Porter (2007) mengatakan, keadaan persaingan suatu industri bergantung pada lima kekuatan pokok, yaitu; masuknya pesaing baru; ancaman dari produk pengganti (substitusi); kekuatan tawar menawar pembeli; kekuatan tawar menawar pemasok; dan persaingan diantara pesaing-pesaing yang ada.

Masuknya pendatang baru pada suatu industri menyebabkan peningkatan persaingan di pasar, hal ini disebabkan karena biasanya pendatang baru membawa kapasitas baru, mempunyai sumber daya yang besar dalam usahanya untuk merebut pangsa pasar (Porter, 2007). Produk pengganti menempatkan batas atas dari harga produk yang dapat ditetapkan agar konsumen tidak pindah ke produk pengganti. Kekuatan tawar menawar pembeli merupakan kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan dalam suatu industri. Kekuatan tawar-menawar konsumen akan lebih besar jika produk yang dibeli standar atau tidak berbeda, sehingga konsumen sering dapat melakukan negosiasi harga, jaminan dan konsumen sampai tingkat tertentu. Sama dengan kekuatan tawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok yang meningkat juga akan meningkatkan tingkat persaingan dalam industri. Persaingan di kalangan perusahaan yang ada berupa perlombaan untuk mendapatkan posisi dengan menggunakan berbagai strategi seperti persaingan

harga, perang iklan, pengenalan produk dan meningkatkan pelayanan atau jaminan kepada pelanggan.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat pengelolaan usaha perfume sebagai UKM tidak lepas dari pengaruh lingkungan industri. Berdasarkan penjelasan tersebut penulisan melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk memahami fenomena lingkungan industri pada usaha perfume di kota padang khususnya AzzwarS perfume.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana kondisi lingkungan industri dalam meningkatkan daya saing pada AzzwarS Perfume Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kondisi lingkungan industri pada manajemen AzzwarS Perfume Padang dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan memperoleh manfaat antara lain:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi yang dapat memberikan informasi bagi kemungkinan adanya penelitian lebih lanjut.
2. Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dijadikan acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.

3. Diharapkan dapat membantu untuk menambah wacana dan referensi baik secara teori maupun praktek khususnya mengenai analisis lingkungan industri sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang terkait dan sejenis.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan pengelolaan usaha perfume, dengan melakukan studi kasus pada AZZWARS PERFUME di kota Padang, menggunakan analisis lingkungan industri.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang hal-hal yang dibahas dalam masing-masing bab. Pada bab pertama akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan. Pada bab kedua akan diuraikan beberapa teori-teori mengenai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan teori analisis lingkungan industri yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendeskripsikan lingkungan industri usaha perfume AzzwarS. Pada bab ketiga akan diuraikan prosedur yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan objek, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian. Pada bab keempat akan digunakan deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian. Selain itu juga akan dibahas kecocokan antara data yang dikumpulkan dengan teori penjelas serta

berbagai fenomena baru yang mungkin diperoleh dari hasil pengumpulan data di lapangan. Pada bab kelima akan diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dan implikasi yang diperoleh berkaitan dengan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI