

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

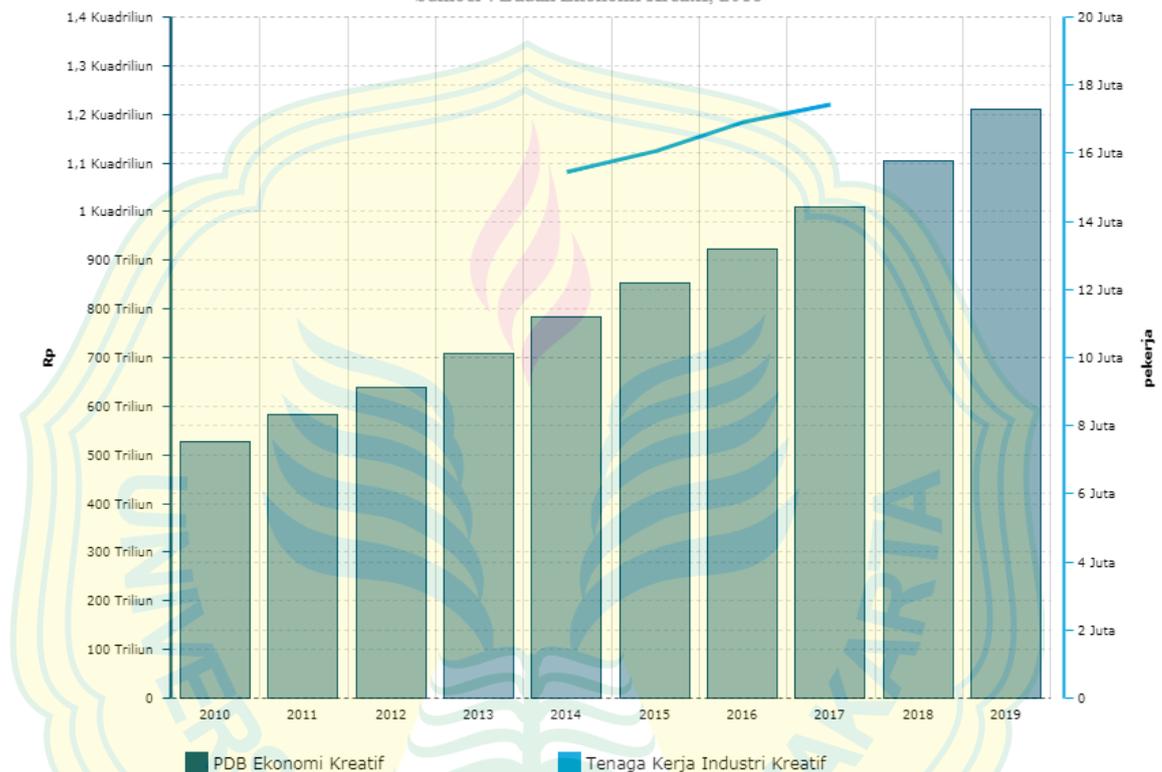
Indonesia telah mengalami krisis ekonomi yang menyebabkan jatuhnya perekonomian negara. Banyak dari usaha-usaha berskala besar ataupun kecil di berbagai sektor mengalami dampaknya termasuk dibidang industri, jasa, perdagangan dan bidang lainnya. Namun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian pada masanya. Melakukan upaya untuk bangkit dari keterpurukan ekonomi dengan melakukan pembangunan. Adanya pembangunan serentak yang dilakukan menjadi peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi menciptakan lapangan kerja, dan penciptaan lapangan kerja baru akan mengurangi ketimpangan dalam masyarakat. Sejak tahun 2016 pemasukan negara disumbangkan beberapa persen oleh pihak UMKM. sebanyak 98.7 persen usaha di Indonesia merupakan usaha mikro dan dengan jumlah yang sebanyak itu dapat menyerap sebanyak 89.17 persen tenaga kerja domestik (CNN Indonesia.com 2019). Dengan adanya penyerapan tenaga kerja dari UMKM membantu pemerintah dalam mengurangi permasalahan pengangguran yang terjadi di Indonesia. Sebelum memasuki era industri 4.0 Indonesia telah mengenal ekonomi kreatif. Yang dimaksud dari ekonomi kreatif merupakan hubungan antara gagasan dan uang dimana sumber

daya utamanya adalah kreativitas atau ide dalam pemecahan suatu masalah selain itu adanya nilai tambah yang dilihat dari kualitas segi nilai dan ekonomi.

Grafik I.1
PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019)

PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019E)

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, 2018



Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan jika ekonomi kreatif sangat membantu dalam mendorong PDB beberapa tahun sebelumnya hingga tahun 2018 PDB yang telah disumbangkan ekonomi kreatif mencapai Rp. 1.105 triliun dan melibatkan lebih dari 17,43 juta pekerja. Dilihat dari jumlahnya ekonomi kreatif cukup berperan besar dalam mengatasi masalah pengangguran yang ada di Indonesia. telah diiperkirakan jika pada tahun 2019 akan adanya peningkatan penyerapan tenaga kerja dan peningkatan terhadap PDB.

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri (Kemenperin, 2012). Industri kerajinan merupakan sub sektor Industri Kecil Menengah (IKM) yang menjadi tulang punggung penggerak perekonomian Indonesia (Widiastuti, 2011). Industri kecil dapat menyerap tenaga kerja dari 5 – 19 termasuk pemilik dan pekerja keluarga. Potensi dari industri kecil tentunya akan berdampak bagi perekonomian negara dan membuat terjadinya persaingan antara industri kecil satu dengan lainnya. Salah satu industri yang sedang berkembang saat ini adalah industri batik. Menurut hasil penelitian (Soebagiyo & Wahyudi, 2008) menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah idealnya memang membutuhkan campur tangan dari pemerintah dalam peningkatan kemampuan bersaing, serta mengeluarkan kebijakan atau peraturan yang lebih memihak industri kecil dalam pemberian kredit, peningkatan keunggulan SDM IKM batik dan kualitas produk batik dengan adanya keterbukaan pasar global harus memiliki kompetensi inti utama dalam daya inovasi dan kompetensi manajemen harga. Berkembangnya industri 4.0 memiliki pengaruh besar bagi dunia industri, termasuk Industri Kecil Menengah (IKM) batik di kota-kota tertentu, salah satunya adalah Kota Bogor. IKM Batik di Kota Bogor merupakan sebuah industri yang memproduksi produk-produk berbahan baku batik. IKM di Indonesia menjadi usaha yang banyak menyerap tenaga kerja dan menjadi tumpuan perekonomian masyarakat. Pertumbuhan IKM menurut Kemenperin hingga tahun 2013 tercatat sebesar 3,9 juta unit usaha dengan daya serap tenaga kerja sebesar 9,14 juta orang, akan tetapi

sebesar 75% pertumbuhannya terpusat di Pulau Jawa dan sisanya di luar Pulau Jawa. Di bagian timur Indonesia pertumbuhan IKM masih tergolong rendah karena masih berkisar 5%. Besarnya pertumbuhan IKM di Pulau Jawa menjadikan ladang bisnis bagi para investor dalam penanaman modalnya. Para pelaku IKM dapat memberdayakan masyarakat daerah Bogor untuk membangun perekonomian yang lebih baik.

Tabel I.1
Jumlah Unit Usaha Industri Kecil, Menengah dan Besar Berdasarkan
Kabupaten/Kota Jawa Barat

No.	Nama Kota	Satuan Unit	Tahun
1	Kota Bogor	8829	2016
2	Kota Bogor	9446	2017
3	Kota Bogor	8875	2018
4	Kota Bogor	8875	2019

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan data diatas terlihat jika pertumbuhan Industri Kecil, Menengah dan Besar di Jawa Barat terutama di Kota bogor mengalami pergerakan yang fluktuatif. Terlihat pada tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan dan pada tahun 2018 menuju 2019 tidak ada penambahan unit usaha IKM di kota bogor. Terdapat hambatan dan permasalahan bagi IKM kota bogor dalam menaikkan pertumbuhan jumlah unit IKM.

Masalah pertama ialah ketika menghadapi pasar dalam negeri para pelaku IKM harus mengefektivitaskan penyerapan tenaga kerja dan perkembangan pemasaran produk. Hal ini diperlukan agar IKM dapat bersaing dilingkungan bisnis

yang kompetitif. Para IKM batik dalam melakukan kegiatan bisnis jelas membutuhkan sebuah strategi dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran itu digunakan sebagai bentuk dalam kepercayaan bisnisnya, jika para produsen percaya dengan keadaan ekonomi saat ini sedang membaik. Maka strategi dalam memasarkan produk akan terus dilakukan guna mendapatkan keuntungan dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Menurut (Indriyo Gito Sudarmo, 1994:24) dalam jurnal Penerapan Strategi Pemasaran *Marketing mix* mengatakan strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha, sehingga tinggi rendahnya penjualan ditentukan oleh baik buruknya strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan organisasinya. Strategi pemasaran menjadi salah satu penentu dalam berbisnis. Strategi bisnis memegang peran penting dalam mengubah strategi perusahaan untuk mengatasi lingkungan eksternal yang berubah-ubah dan secara internal mengelola perusahaan selama fase pertumbuhan (Robert, 2013:11).

Masalah kedua yang dihadapi adalah daya saing di Indonesia turun karena produktivitasnya rendah (CNN Indonesia, 2019). Daya saing (Ristek-BRIN, 2020) merupakan salah satu kriteria untuk menentukan keberhasilan dan pencapaian sebuah tujuan yang lebih baik oleh suatu negara dalam peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Daya saing dapat mengukur seberapa produktifnya industri sebuah daerah berkompetisi dalam industri sejenis.

Tabel 1.2

Peringkat Indonesia dalam The world Competitiveness Yearbook

No.	Negara	2012	2013	2014	2018	2019
		(59 negara)	(60 negara)	(60 negara)	(63 negara)	(63 negara)
1	Singapura	4	5	3	3	2
2	Malaysia	14	15	12	24	22
5	Indonesia	42	39	37	42	32

Sumber : panduan indeks daya saing daerah 2020

Menurut catatan Institue for Management Development (IMD) dalam jurnal (Ristek-BRIN, 2020) bahwa rendahnya kondisi daya saing di Indonesia, disebabkan oleh buruknya kinerja perekonomian nasional dalam 4 hal pokok, yaitu:

- a) Buruknya kinerja perekonomian nasional yang tercermin dalam kinerjanya di perdagangan internasional, investasi, ketenagakerjaan dan stabilitas harga.
- b) Buruknya efisiensi kelembagaan pemerintahan dalam mengembangkan kebijakan pengelolaan keuangan negara dan kebijakan fiskal, pengembangan berbagai peraturan dan perundangan untuk iklim usaha kondusif, lemahnya kordinasi akibat kerangka institusi publik yang masih banyak tumpang tindih dan kompleksitas struktur sosialnya.
- c) Lemahnya efisiensi usaha dalam mendorong peningkatan produksi dan inovasi secara bertanggungjawab yang tercermin dari tingkat produktivitas yang rendah, pasar tenaga kerja yang belum optimal, akses ke sumberdaya keuangan yang masih rendah serta praktik dan nilai manajerial yang relatif belum profesional.

- d) Keterbatasan di dalam infrastruktur, baik infrastruktur fisik, teknologi dan infrastruktur dasar yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan dan Kesehatan ada masanya.

Peningkatan daya saing daerah merupakan salah satu komponen penting didalam penguatan ekonomi domestik. Peningkatan ekonomi domestik baik oleh daerah dan nasional akan menjadi salah satu modal utama dalam pembangunan dan melakukan percepatan serta perluasan pembangunan ekonomi agar kearah perubahan ekonomi menjadi negara maju dan berdaya saing.

Batik merupakan bukti telah diakuinya Representatif sebagai Budaya Tak Benda Warisan Manusia (*Intangible Cultural Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009 oleh *United Nation Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO)*. Pemerintah Indonesia melakukan upaya dengan mendaftarkan batik sebagai warisan budaya tak benda kepada *UNESCO* dan membuahkan hasil. Dewasa ini pertumbuhan ekspor perindustrian batik mengalami keadaan fluktuasi .

Grafik I.2 Ekspor Batik Indonesia Tahun 2012-2016



Sumber : Kementerian Perindustrian

Berdasarkan grafik nilai ekspor batik di Indonesia menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) hingga tahun 2016, pada tahun 2013 nilai ekspor batik hampir menyentuh angka US\$ 900 . Setelah itu mengalami penurunan hingga menyentuh angka US \$738 juta, namun hingga akhir tahun 2017 Kemenperin mencatat nilai ekspor batik dan produk batik mencapai US\$ 58,46 juta. Selanjutnya, Kemenperin tetap berupaya mengembangkan industri batik nasional baik dalam peningkatan SDM maupun dalam kualitas produknya.

Perindustrian batik di Indonesia berjalan sangat pesat sehingga menjadikannya sebagai salah satu sumber penerimaan negara. Saat ini produsen batik yang sangat mendominasi adalah kota Pekalongan. Tercatat sekitar 2680 unit usaha yang tersebar di seluruh kota Pekalongan. Pasar tetap batik Pekalongan saat ini adalah Jepang, Malaysia dan Timur Tengah sedangkan pasar domestiknya adalah Bali dan Jakarta. Tidak hanya kota Pekalongan yang memiliki produsen batik. Selain Pekalongan terdapat kota lain di Indonesia yang menghasilkan batik, salah satunya Kota Bogor.

Batik yang dihasilkan Kota Bogor memiliki ciri khas motif tersendiri. Hal ini yang menjadi daya tarik batik Bogor di masyarakat. Selain dipasarkan di kalangan masyarakat lokal, batik Bogor juga dipasarkan kepada wisatawan yang data ke Kota Bogor baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Pada tahun 2016 tercatat sebanyak 5.306.257 wisatawan yang datang ke Kota Bogor baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Jumlah penduduk lokal dan wisatawan yang ada di Kota

Bogor menjadi peluang bagi berkembangnya industri batik dalam perekonomian masyarakat.

Jika melihat dari potensi yang dimiliki oleh industri-industri kecil yang ada di Kota Bogor. Adanya daya saing untuk menghadapi pasar global telah disiapkan oleh para produsen batik agar mampu berkompetensi dengan kompetitor industri lainnya. KEMENPERIN mendorong pengembangan daya saing industri batik nasional dengan membuat berbagai macam program strategis meliputi pemberian bimbingan teknis, pendampingan tenaga ahli, dan memberi fasilitas promosi serta pameran. (Neraca.co.id,2017) Usaha-usaha untuk meningkatkan daya saing IKM perlu dilakukan pemerintah untuk menumbuhkan perekonomian regional, saat ini ekspor industri batik menjadi sumber pendapatan negara yang semakin lama terus meningkat. Didukungnya program pengembangan daya saing industri dari pemerintah terbukti semakin memperkuat perekonomian regional. Analisis daya saing dapat dilihat dari kondisi dasar sisi penawaran dan sisi permintaan. Sisi penawaran dapat dilihat dari bahan baku, teknologi, daya tahan produk, nilai (value), perilaku bisnis serta kerja sama. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat tingkat daya saing dengan menggunakan bauran pemasaran pada Industri Kecil Menengah dengan melakukan studi kasus di Industri Kecil Menengah batik di kota Bogor. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threat*).

Berdasarkan hasil latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Daya Saing IKM Batik Di Kota Bogor.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, IKM Batik di Kota Bogor masih berjuang untuk melakukan daya saing, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini yaitu, Bagaimana daya saing pada IKM batik Kota Bogor?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan fakta yang benar dan dapat dipercaya. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisa daya saing pada IKM batik di Kota Bogor menggunakan Analisis SWOT.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi peneliti maupun pihak-pihak lainnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam berbagai hal, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi di bidang ekonomi yang berkaitan dengan IKM.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai daya saing dan perencanaan strategis di bidang pemasaran pada IKM batik di Kota Bogor.

b. Bagi Fakultas Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Tempat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada IKM batik Kota Bogor.

