

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut



Gambar 1.1 Landmark Cibaduyut Bandung

Sumber : Rengganis, 2018

Cibaduyut merupakan sebuah kawasan yang masuk ke dalam wilayah kabupaten Bandung Selatan, mempunyai lokasi yang sangat strategis berbatasan dengan pusat kota Bandung seperti hanya beberapa ratus meter dari Terminal Leuwipanjang serta rute jalannya yang dilewati jalur By Pass yang membelah kota Bandung. Disepanjang Jalan Cibaduyut Bandung banyak berdiri toko-toko yang menjual dan menerima pesanan sepatu. Terkenal karena kualitas serta model sepatu yang diproduksi ditempat ini, yang paling populer dan mampu menjadikannya terkenal ke dunia adalah kemampuan para pengerajin sepatu membuat sepatu secara manual dengan tangan (*Hand Made Shoes*) sekaligus mengeksportnya ke hampir ke 27 negara didunia. Harga

yang ditawarkan berbagai toko sepatu harganya Rp 50.000 – Rp 700.000 untuk sepasang (Maulana, 2018).

Pada Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut terdapat berbagai macam pelaku usaha yang berjalan, umumnya usaha yang mendominasi di Sentra Cibaduyut yaitu pengerajin sepatu. Sampai tahun 2017, terdapat 557 unit usaha yang dijalankan yang telah terdaftar di dinas Koperasi, UKM, dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung dapat dilihat pada penjelasan berikut pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Jumlah Unit Usaha Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut

Komoditi	Jumlah
Sepatu	237
Sandal	101
Sandal dan Sepatu	6
Tas	4
Dompot	3
Alaskaki	225
Aksesoris	1
Total	577

Sumber : Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian perdagangan Kota Bandung, 2017

Pada tabel jumlah unit usaha Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut, unit usaha yang mendominasi Sentra Cibaduyut yaitu pengrajin sepatu dengan jumlah pelaku usaha sebanyak 237, pengrajin alas kaki dengan jumlah pelaku usaha sebanyak 225, dan pengrajin sandal sebanyak 101 pelaku usaha. Selain pengrajin alas kaki, sepatu, dan sandal, terdapat pengerajin dompet, tas, dan aksesoris yang menjalankan usaha pada Sentra Industri Cibaduyut.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Indonesia saat ini, semakin banyak pelaku usaha baik dari jumlahnya dan produk yang ditawarkannya pun semakin beraneka ragam. Tujuan dari aktivitas usaha ini secara umum tentu saja untuk memperoleh laba. Akan tetapi ada tujuan lain selain itu yaitu, memperoleh reputasi, memperoleh perhatian dari masyarakat sehingga menarik

minat masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Dengan jumlah populasi penduduk yang berusia produktif semakin bertambah dibandingkan dengan lapangan kerja yang ada di Indonesia. Sehingga hal ini memicu banyaknya masyarakat Indonesia yang menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Sebagian besar mencoba untuk berkecimpung dalam dunia UMKM (Prasetyo, 2018).

Dapat dikatakan jika UMKM sendiri memiliki peran yang cukup penting dan strategis dalam membangun ekonomi nasional. Peran UMKM juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta menyerap tenaga-tenaga kerja dan berkurangnya jumlah angka pengangguran yang ada di Indonesia (Prasetyo, 2018). Hasil ini dapat dibuktikan dengan data statistik menyebutkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2015 hingga tahun 2017. Pada tahun 2015 jumlah UMKM di Indonesia ada sebanyak 59.262.772 unit usaha dan pada tahun 2017 jumlah tersebut meningkat hingga mencapai 62.922.617 unit usaha. Jumlah tenaga kerja yang mampu diserap oleh sektor UMKM pun semakin meningkat pada tahun 2016. Pada tahun 2015 jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 123.229.386 orang hingga pada tahun 2017 jumlah tenaga di Indonesia yang mampu diserap oleh UMKM mencapai 116.673.416 orang (DEPKOP, 2017). Dapat dilihat pada tabel 1.2 Perkembangan UMKM di Indonesia Periode Tahun 2015-2017

Dengan program pemerintah juga para pelaku UMKM dapat merasa tenang dan yakin untuk berkecimpung dalam dunia UMKM karena pemberian bunga Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang pada awalnya 22 persen menjadi 7 persen saja. Tidak hanya itu pemerintah juga memangkas Pajak Penghasilan (PPh) dari 1 persen menjadi 0,5 persen (Nordiansyah, 2018) dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2

Perkembangan UMKM di Indonesia Periode Tahun 2015-2017

No	Indikator	Satuan	2015	2016	2017
1	Jumlah UMKM	Unit	59.262.772	61.651.177	62.922.617
2	Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	4.0	2.0	2.0
3	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	123.229.386	112.828.610	116.673.416
4	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	-8.4	3.4	3.4

Sumber : DEPKOP, 2017

Jumlah UMKM di Indonesia yang cukup banyak berpotensi untuk meningkatkan perekonomian negara, namun dalam pengembangannya para pengusaha sering kali dihadapkan pada berbagai macam hambatan yang bersifat internal (modal, sumber daya manusia, hukum, akuntabilitas) maupun eksternal (iklim usaha masih belum kondusif, infrastruktur, akses) yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM (BI, 2015).

Bandung sebagai ibukota Jawa Barat dapat dikatakan sebagai kota UMKM. Perkembangan UMKM yang terjadi di Kota Bandung dapat menjadi contoh untuk pelaku usaha yang berada diluar daerah Kota Bandung. Dapat dibuktikan dengan mendapatkannya penghargaan Natamukti Nindya pada tahun 2016 sebagai kota dengan perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) terbaik se-Indonesia menurut penilaian Indonesia Council for Small Business (ICSB) dan Kementerian Koperasi dan UKM (Ramdhani, 2018).

Maka dari itu terdapat sentra unggulan sesuai dengan Surat Keputusan Walikota Bandung Nomor 530/ Kep.295-DISKUMK.PERINDAG/2009, Pemerintah Kota Bandung menetapkan tujuh sentra industri yang dianggap sebagai produk unggulan dan

dapat mencapai pasar nasional/regional. Seperti yang dapat dilihat pada table 1.3 Tujuh Sentra Industri Kota Bandung dibawah ini:

Tabel 1.3
Tujuh Sentra Industri Kota Bandung

No	Sentra Industri	Alamat	Unit Usaha	Investasi	Kapasitas Produk/Tahun	Tenaga Kerja
1	Sentra Rajut Binong Jati	Jl. Binong Jati Kec. Batununggal	293 Pengrajin	31.366 Milyar	984.426 Lusin	2.143 Orang
2	Sentra Kaos Suci	Jl. Surapati & Jl. P.H.H. Mustofa	409 Pengrajin	115.403 Milyar	177.300 Lusin	2721 Orang
3	Sentra Perdagangan Jeans Cihampelas	Jl.Cihampelas Kec. Coblong	59 Toko	227.580 Juta (Omset/Hari)	-	352 Orang
4	Sentra Boneka Sukamulya	Jl. Sukamulya Kec. Sukajadi	17 Pengrajin	2.691 Milyar	768.940 Pcs	212 Orang
5	Sentra Tahu Cibuntu	Jl. Babakan Ciparay Kec. Bandung Kulon	408 Produsen	13.472 Milyar	2.160.600 Juta Pcs	1.518 Orang

6	Sentra Sepatu Cibaduyut	Jl. Raya Cibaduyut Kec. Bojongloa Kidul	577 Pengrajin	19 Milyar	3.112.022 Pasang	3.008 Orang
7	Sentra Kain Cigodewah	Jl. Cigondewah Kec. Bandung Kulon	380 Pengusaha	401.650 Juta (Omset/Hari)	-	567 Orang

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, 2017

Dari ketujuh sentra industri diatas, sentra industri Sepatu Cibaduyut merupakan salah satu sentra industri yang berpotensi tinggi karena sudah terkenal dimancan negara. Dengan jumlah investasi yang cukup tinggi sebesar 19 milyar rupiah tidak menutup kemungkinan akan bisa berkembang terus. Para pengerajin merasakan permasalahan yang dihadapi seperti, sumber daya manusia, finansial, pengendalian mutu dan sebagainya. Menurut Pratiwi (2018), terdapat permasalahan selain itu yaitu, penerapan kebijakan pemerintah yang dilakukan pada awal 2010, tentang menerapkan kebijakan dengan memberlakukan persetujuan pedagang bebas ASEAN-China *Free Trade Agreement* (ACFTA). Sehingga banyak produk luar yang masuk ke Indonesia, salah satunya sepatu sehingga menjadi ancaman bagi industri sepatu di Indonesia.

Produk sepatu dari luar khususnya Cina, dapat menggeser sepatu Cibaduyut, dikarenakan harganya yang lebih murah dan desain nya yang menarik dan beraneka ragam, sehingga menarik minat beli konsumen. Sepatu buatan asli Cibaduyut dipatok dengan harga yang cukup tinggi dengan design sepatu yang kurang bervariasi. Sementara itu, berdasar informasi dari para pengrajin sepatu di Industri Kecil dan Menengah Cibaduyut, memaparkan bahwa Citra Cibaduyut sekarang sudah sangat berbeda dengan dahulu. Produk sepatu Cibaduyut yang memiliki ciri khas, dengan kulit yang berkualitas, dikerjakan secara manual dan *homemade*, memiliki kekuatan yang

tinggi, dan dipatok dengan harga yang sebanding dengan nilai dan kepuasan yang diterima oleh konsumen sekarang sudah langka ditemukan bahkan sudah tidak ada, karena para pengrajin yang sudah tua dan tidak ada regenerasi yang mau meneruskan.

Keberadaan sepatu cibaduyut ini hingga akhirnya kalah bersaing dengan produk Cina yang dijual dengan harga yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang rendah dan memiliki merek yang menarik perhatian konsumen dengan kemasan yang menarik (Pratiwi, 2018). Maka dari itu metode *Analisis Business Life Cycle*, merupakan metode analisis yang dapat memetakan UMKM yang berada dikawasan Cibaduyut untuk mengetahui seberapa besar dampak yang diberikan ACFTA dengan melihat dari kelima fase yang akan dianalisis.

Berdasarkan kajian beberapa para ahli *Business Life Cycle* dapat diartikan sebagai berikut, Menurut Neil C. Churchill dan Virginia L. Lewis (1983), yang berjudul “*The Five Stages of Small Business Growth*” menjelaskan bahwa memiliki 5 tahapan yaitu, tahap pertama *existence*, tahap kedua *survival*, tahap ketiga *success*, tahap keempat *take-off*, dan tahap kelima *resource maturity*. Sedangkan menurut Miller dan Friensen (1984), menemukan perbedaan yang jelas dari *Business Life Cycle* yang dapat diidentifikasi dalam situasi, strategi, dan karakteristik struktural antara lima tahap model mereka. Dapat disimpulkan dari teori tersebut bahwa *Business Life Cycle* memiliki lima tahapan yang penting untuk memulainya dan pada tiap tahapan tersebut memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda.

1.3 Rumusan Masalah

Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu, pada fase peratama kelahiran (*birth*). Pada fase pertama ini Fokusnya adalah pada kelangsungan hidup, atau hanya mengidentifikasi jumlah pelanggan yang cukup untuk mendukung keberadaan organisasi. Pengambilan keputusan dan kepemilikan ada di tangan satu, atau beberapa, dan lingkungan dipertimbangkan. Organisasi pada tahap ini cenderung membuat atau menciptakan lingkungan mereka sendiri (*Sumber: Hasil wawancara dengan Bapak Teguh, selaku staff UPT Cibaduyut, 2018*).

Lalu pada fase kedua pertumbuhan (*growth*), permasalahan yang dihadapi oleh beberapa pengusaha tumbuh besar dan cukup makmur untuk memasuki tahap tiga, beberapa "*hit and miss*," menghasilkan pengembalian marjinal dalam beberapa siklus fiskal, dan yang lain gagal menghasilkan pendapatan yang cukup untuk bertahan hidup. Pada fase ketiga kematangan (*maturity*), masalah yang dihadapi lebih sederhana dari fase sebelumnya. Dimana para pengusaha dihadapi dengan pengaturan birokrasi, suatu kondisi mengarungi lapisan-lapisan struktur organisasi untuk mendapatkan apa pun yang dicapai. Pada fase keempat kebangkitan (*revival*), permasalahan yang dihadapi berupa penjualan mulai menurun secara perlahan. Margin laba semakin menipis, sementara arus kas tetap relatif tetap, dan pengeluaran modal besar (Sumber: Hasil wawancara dengan Bapak Teguh, selaku staff UPT Cibaduyut, 2018).

Pada fase terakhir atau kelima menurun (*decline*), pada tahap ini permasalahan yang dihadapi hanya satu yaitu bagaimana cara mempertahankan agar tidak terjadi *decline*/penurunan bagi pengusaha. *Business Life Cycle* (Siklus hidup Bisnis) menjadi sangat penting untuk mengetahui posisi bisnis yang sedang dijalankan dan bagaimana cara untuk mengatasi setiap permasalahan pada setiap fasenya. Jika tidak mengetahui posisi bisnis yang dijalani secara pasti akan memiliki dampak yang buruk kedepannya (Sumber: Hasil wawancara dengan Bapak Teguh, selaku staff UPT Cibaduyut, 2018). Sehingga penelitian ini berjudul “ Analisis Siklus Hidup Bisnis Industri Sepatu pada Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut”, memiliki manfaat untuk mengetahui posisi dan perkembangan fase-fase siklus hidup bisnis IKM yang dialami di Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Pada posisi mana IKM (Industri Kecil Menengah) di Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut berada berdasarkan siklus hidup bisnis?

1.5 Tujuan Penelitian

Mengetahui posisi siklus hidup bisnis pada IKM (Industri Kecil Menengah) di Sentra Bisnis Sepatu Cibaduyut berdasarkan lima tahapan siklus hidup bisnis.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Bagi Penulis

Menambah ilmu dan wawasan bagi penulis terutama bagaimana siklus hidup bisnis IKM (Industri Kecil Menengah) di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut.

b. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan untuk dikembangkan ke penelitian yang sejenis selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi UPT Cibaduyut untuk menggambarkan keadaan setiap fase siklus hidup bisnis yang ada dan sebagai bahan untuk penyusunan strategi bisnis yang tepat kedepannya.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan untuk survei di Sentra Industri Kecil Menengah (IKM) alas kaki Cibaduyut, Jln. Cibaduyut Raya, Bandung.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu Pelaksanaan dan periode penelitian berlangsung selama November 2018 sampai dengan Juni 2019.

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini tersusun atas lima bab yang masing-masing terkait satu dengan yang lainnya dan tersusun secara berurutan seperti berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tinjauan objek penelitian yang akan menerangkan secara singkat lingkup objek yang akan diteliti, lalu latar belakang permasalahan yang diangkat sesuai dengan alasan yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian, lalu diikuti dengan perumusan masalah beserta tujuan dari penelitian ini serta sistematika penulisan yang menjabarkan urutan dari penulisan penelitian ini.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini berisi teori-teori serta pembahasan dari hasil penelitian sejenis sebelumnya yang menunjang dan dijadikan landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang lokasi penelitian, objek penelitian, operasional variable, jenis dan sumber data, responden penelitian, metode pengumpulan data, pengujian instrument penelitian, dan teknis analisis data.

d. BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan data penelitian serta hasil yang didapat dari penelitian kemudian disajikan dalam pembahasan yang menyeluruh sesuai dengan tujuan penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan di bab sebelumnya yang disesuaikan dengan tujuan awal penelitian serta dilengkapi dengan saran yang disesuaikan dengan kekurangan yang masih ada dalam proses dan hasil dari penelitian.