

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara dengan sumber daya yang begitu melimpah ternyata belum mampu dikelola untuk menghasilkan kemakmuran yang adil dan merata bagi rakyat. Tingginya angka kemiskinan, pengangguran dan ketimpangan ekonomi merupakan masalah yang kian mendesak untuk segera diatasi. Sementara itu, daya saing bangsa merupakan indikator keberhasilan suatu bangsa yang maju.

Daya saing adalah sebuah konsep yang cukup rumit. Namun demikian, daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus negara-negara. Dalam dua dekade terakhir, seiring dengan semakin mengglobalnya perekonomian dunia dan persaingan bebas, daya saing telah menjadi satu dari konsep-konsep kunci bagi perusahaan-perusahaan, negara-negara, dan wilayah-wilayah untuk bisa berhasil dalam partisipasinya di dalam globalisasi dan perdagangan bebas.dunia.

Berbagai indikator menunjukkan bahwa Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara-negara lain dalam percaturan ekonomi dunia yang sudah mengarah ke era informasi dan globalisasi. Hal ini bisa dilihat dari indikator

Global Competitiveness Index, ICT Development Index, E-Readiness, Network Readiness Index, dan Human Development Index yang merupakan indikator yang sering digunakan untuk mengukur sejauh mana posisi sebuah negara dalam lingkungan dan persaingan global.

World Economic Forum (WEF), sebuah lembaga pemeringkatan daya saing ternama yang didirikan oleh Porter, mendefinisikan daya saing sebagai serangkaian kelembagaan, kebijakan dan faktor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara. WEF menggunakan 12 pilar utama yang mempengaruhi daya saing. Kedua belas pilar tersebut digolongkan menjadi tiga kelompok besar penentu daya saing, yakni kelompok persyaratan dasar (*basic requirements*) yang terdiri dari pilar kelembagaan (*institutions*), pilar infrastruktur (*infrastructure*), pilar stabilitas makro ekonomi (*macroeconomic stability*), dan pilar kesehatan dan pendidikan dasar (*health dan primary education*). Kelompok kedua disebut sebagai kelompok penambah/peningkat efisiensi (*efficiency enhancers*) yang terdiri dari pilar pendidikan tinggi dan pelatihan (*higher education and training*), pilar efisiensi pasar barang (*goods market efficiency*), pilar efisiensi pasar tenaga kerja (*labour market efficiency*), pilar efisiensi pasar keuangan (*financial market efficiency*), pilar kesiapan teknologi (*technological readiness*) dan pilar ukuran pasar (*market size*). Kelompok ketiga merupakan kelompok inovasi

dan kecanggihan (*innovation and sophistication*) yang terdiri dari pilar kecanggihan bisnis (*business sophistication*) dan pilar inovasi (*innovation*)¹.

World Economic Forum (WEF) pada tanggal 9 September 2010 yang lalu mengumumkan peringkat *Global Competitiveness Index* (GCI) untuk tahun 2010-2011. Dalam GCI tahun 2010, peringkat daya saing Indonesia telah mengalami kenaikan substansial yakni menempati peringkat ke-44 di tahun 2010 ini dari peringkat ke-54 pada tahun 2009. Indonesia mengungguli daya saing Portugal di peringkat (46), Italia (48), India (51), Afrika Selatan (54), Brazil (58), Turki (61), Rusia (63), Mexico (66), Mesir (81), Yunani (83), dan Argentina (87). Di antara negara anggota ASEAN, Indonesia berada pada urutan ke-5 setelah Singapura (3), Malaysia (26), Brunei (28), Thailand (38), dan berada di atas peringkat Vietnam (59), Filipina (85), dan Kamboja (109). WEF menempatkan Indonesia di urutan (54) dari 131 negara pada tahun 2007-2008 menurun pada tahun 2008-2009 menjadi urutan (55) dari 133 negara yang disurvei. Pada tahun 2009-2010 Indonesia berada dalam peringkat (51) dari 133 negara. Walaupun Indonesia lebih baik dari Filipina, tetapi peringkatnya kalah jauh dengan negara-negara seperti Singapura, China, Malaysia, Thailand dan India².

Daya saing bangsa atau daerah ditentukan oleh daya saing sektor-sektor ekonomi, industri, perusahaan serta unit-unit kegiatan usaha yang efisien dari sektor strategis di negara tersebut. Memiliki daya saing berupa keunggulan

¹ Arif Daryanto, *Iklim Investasi dan Daya saing*, (<http://www.mb.ipb.ac.id/2010.htm>).

² Bambang, *Daya Saing* (<http://www.pikiran-rakyat.com/node/2010.htm>)

kompetitif, di era globalisasi ini ditandai dengan adanya produk-produk baik dari dalam maupun luar negeri. Kondisi ini mengharuskan pengusaha harus kompeten dalam menciptakan produk yang memiliki daya saing tinggi³.

Secara filosofi, suatu produk akan memiliki nilai lebih dan daya saing di pasar, apabila produk yang dihasilkan dapat menjadi terbaik di kelasnya atau menjadi produk satu-satunya. Dalam meningkatkan daya saing UKM maka Indonesia harus lebih memfokuskan dalam pengembangan produk-produk yang benar-benar menjadi unggulannya dan mampu bersaing dengan produk-produk import. Selain itu, *Knowledge Based Economy* (KBE) merupakan alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing UKM di Indonesia⁴. Sementara ini banyak produksi UKM masih mengandalkan pasar lokal dan permintaan dalam negeri sebagai sumber omsetnya kecuali produk-produk tertentu.

UKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari perannya dalam pertumbuhan ekonomi nasional, PDB, yang diciptakan, nilai tambah nasional, serta penyerapan tenaga kerja. Untuk kawasan APEC, UKM diperkirakan mampu menyerap sebanyak 50% tenaga kerja yang ada. Di Indonesia sendiri dengan jumlah lebih dari 41 juta

³ Iman Asngari & Welly Nailis, *Kurikulum Berbasis Entrepreneur*, 2009, p.1 (<http://www.ciputra.org/kurikulum-berbasis-entrepreneur.htm>).

⁴ Endah Srinarni, "Meningkatkan Daya Saing UKM dalam Menghadapi ACFTA", *Jurnal Infokop*, Vol. 18 No.83, Juli 2010, p. 84

UKM atau 99,99% dari seluruh usaha nasional telah menyerap lebih dari 76 juta orang angkatan kerja atau 99,4% dari seluruh angkatan kerja yang sama⁵.

Bisa disimak secara mendalam, UKM juga telah disadari sebagai katup pengaman bagi perekonomian nasional selama krisis terjadi. Ketika usaha besar masih berkutit dengan masalah ketergantungan pada pinjaman luar negeri yang semakin membengkak pada saat krisis, UKM yang fleksibel dalam pengembangan bisnisnya justru tidak terpengaruh. Hal ini diperkuat lagi oleh kajian *Technical Assistant Asian Development Bank 2001* di Semarang dan Medan yang melakukan survei terhadap 500 UKM, hasil survei menunjukkan bahwa 78% UKM menyatakan tidak terkena dampak dari krisis moneter⁶. Hal ini membuktikan bahwa sektor UKM mampu bertahan dan memberikan kontribusi dalam upaya pemulihan perekonomian.

Walaupun UKM disadari sangat strategis dalam perekonomian nasional, secara umum kondisi mereka belumlah kuat sehingga belum mampu berkiprah dalam persaingan global yang semakin ketat. Oleh karena itulah, dalam agenda pemberdayaan UKM harus ditujukan pada upaya meningkatkan kemampuan UKM agar mampu bersaing baik dalam pasar domestik maupun di pasar internasional.

Industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia tumbuh dengan cepat mulai dari tahun 1975 hingga 1990. Daya saing yang tinggi dari industri tersebut

⁵Endah Srinarni, *Loc. Cit.*, p. 86

⁶I Wayan Dipta, "Pengembangan Klaster Bisnis untuk Memperkuat Daya Saing Usaha UKM", *Jurnal Infokop*, Vol. XX No. 27, 2005, p. 63

telah mendapat tekanan pada beberapa tahun terakhir seiring dengan berakhirnya Perjanjian Multifiber (MFA) pada tahun 2005 dan pertumbuhan Cina mengalami ledakan dalam industri ini.

Meski daya saing di Indonesia menurun akibat naiknya upah tenaga kerja, namun bukan berarti peluang industri nasional bersaing di pasar global hilang. Industri garmen di Indonesia harus lebih berorientasi pada pembeli jika ingin bersaing secara global. Dukungan rantai pasok yang kuat, tenaga kerja yang kompeten, manajemen yang efektif, pengembangan kain dan *finishing garment* yang inovatif, serta pengetahuan pasar yang komprehensif merupakan faktor kunci untuk meningkatkan daya saing. Industri garmen merupakan industri *buyer driver*. Karena itu produsen yang mampu menawarkan layanan berkualitas serta memenuhi standar pembeli tentu akan lebih bersaing.

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi daya saing UKM. Faktor-faktor tersebut terdiri dari: Faktor internal yang paling utama adalah faktor sumber daya manusia. Kualitas sumber daya manusia tidak terlepas dari kompetensi itu sendiri yang merupakan salah satu variabel dalam pembentukan kinerja karyawan mengingat adanya kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan suatu industri dapat berhubungan positif terhadap daya saing industri tersebut.

Setelah setahun lebih penerapan CAFTA, ternyata kondisi UKM yang masuk dalam industri pengolahan di negeri ini memiliki Daya Saing UKM

agak merosot, sementara itu persaingan terjadi dengan sangat ketat⁷. Mental dan kompetennya kewirausahaan, merupakan bekal utama menghadapi persaingan global yang amat ketat. Dengan adanya mental tersebut, seseorang akan cenderung melakukan berbagai inovasi dan kreativitas berdasarkan realita pasar, perkembangan teknologi, maupun kemajuan di bidang manajemen. Namun beberapa UKM khususnya industri garmen di Jakarta saat ini masih kurang mampu mengembangkan inovasi produknya, dalam artian kurang terampil dalam mengembangkan produknya, serta masih menganggap bahwa inovasinya yang dilakukan terus menerus merupakan pemborosan⁸.

Berdasarkan hasil pengamatan, Musa Hubies sebagian besar UKM di Jakarta Barat khususnya yang bergerak di bidang garmen tumbuh sebagai usaha keluarga yang turun temurun. Tugas mereka hanya meneruskan usaha yang diwariskan kepada mereka. Terkadang mereka sedikit mengabaikan adanya globalisasi dan persaingan sehingga produk yang mereka hasilkan kurang bisa menarik minat konsumen.

Pada umumnya 71 industri garmen yang berasal dari 6 Kecamatan di Jakarta Barat adalah usaha yang berawal dari usaha rumahan ataupun bisnis kecil⁹. Banyak dari pemilik industri tersebut yang masih tidak tahu cara strategi apa yang harus mereka gunakan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka agar keuntungan yang mereka capai bisa maksimal dan usahanya tetap

⁷ Eko Marwanto, *Bagaimana Kondisi UKM Kita Setelah Setahun Penerapan CAFTA?*, (<http://muchdie.wordpress.com/maret-2011.htm>)

⁸ Hadzhiq Zauhari, *Kajian Pembinaan, Pengembangan dan Pengawasan UKM Binaan PT. Sucifindo*, (<http://Musa-Hubies-KajianPembinaanPengembangandanPengawasanUKMBinaanPT.Sucofindo/2009.wordpress.htm>)

⁹ Srihandiyatmo Malau, *Fakta Tentang Bisnis UKM*, (<http://TRIBUNews.com/2009.htm>)

bisa bertahan dan berdaya saing. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa dari pengusaha tersebut masih kurang kompeten dalam menjalankan usahanya. Sebanyak 57% pengusaha tersebut juga tidak mengeyam pendidikan yang tinggi, akibatnya mereka kurang paham mengenai manajemen, pemasaran, teknologi, serta kemampuan membuat perencanaan dan investasi jangka panjang. Yang mereka andalkan hanyalah pengalaman. Kalau dibiarkan seperti ini terus bisnis mereka akan selalu tertinggal jauh dari setiap tahapan globalisasi.

Tabel I.1
Data UKM Bidang Garmen di Jakarta Barat Kuartal IV Tahun 2010

No.	Usaha/Produk	Jumlah UKM	Jumlah Produksi	Inovasi
1	Pakaian jadi	37	17.017.982	Desain, kancing
2	Jaket	23	12.316.009	Resleting, desain
3	Barang rajutan	11	3.231.478	Tambahan aksesoris

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM dan Kepala Sudin UMKM dan Perdagangan Jakarta Barat

Seorang pengusaha industri garmen dituntut untuk dapat berpikir kreatif dan mengembangkan ide-ide baru. Hal ini dikarenakan kemampuan produk untuk bertahan dipasar mempunyai jangka waktu tertentu, oleh karena itu pada saat produk tidak lagi mempunyai pasar maka diharapkan para pengusaha ini membuat inovasi terhadap produk yang dibuatnya. Berdasarkan pada Tabel I.1 para pengusaha industri garmen di Jakarta Barat pun juga membuat inovasi untuk produknya. Namun inovasi yang dikembangkannya terkadang terlihat sudah ketinggalan jaman hal ini terlihat dari corak yang ada dalam desain produknya. Kalau saja mereka bisa menggunakan teknologi dengan maksimal, tentu saja mereka bisa mengupdate fashion terkini melalui internet, bahkan mereka pun bisa berbisnis pula lewat internet.

Lalu produk-produk yang dihasilkan dari industri garmen di Jakarta Barat memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya. Seharusnya mereka mengembangkan inovasinya supaya produk yang mereka hasilkan memiliki ciri khas agar mampu dijual dipasaran. Namun hal ini ternyata sedikit sulit untuk dilakukan, karena para pengusaha ini membutuhkan bahan baku yang berkualitas untuk daya tahan produknya. Kalau tidak secepatnya dicari penyelesaiannya tentu saja mereka akan kalah bersaing dengan yang lainnya dan akan kalah dari produk impor dari Cina, karena semenjak adanya ACFTA banyak sekali produk dari Cina yang masuk ke Indonesia.

Namun ternyata hal seperti ini tidak berlaku pada para pengusaha industri garmen di wilayah Jakarta Utara dan Jakarta Selatan. Selain karena industrinya dimiliki oleh para pengusaha yang sangat kompeten dalam menguasai pasar, mereka juga selalu menambahkan detail inovasi dari setiap produknya sehingga industri di wilayah ini dikatakan mampu bersaing dengan produk import, bahkan banyak juga produknya yang sudah di ekspor ke berbagai negara. Hal ini dibuktikan dari volume produksinya pada Kuartal IV tahun 2010 Jakarta Utara mencapai 48.481.004 lalu Jakarta Selatan mencapai 37.851.797. Berbeda sekali dengan yang terjadi dengan hasil produksi industri garmen di Jakarta Barat, karena di wilayah ini masih sedikit sekali yang mampu menembus pasar ekspor dan kurang mampu bersaing dengan industri yang sejenis maka volume produksinya hanya mencapai 33.995.079¹⁰.

¹⁰ <http://www.kemenkop.go.id/data-volume-produksi.htm>

Hal yang menjadi hambatan lain dalam peningkatan daya saingnya adalah modal. Sektor UKM biasanya hanya dimulai dengan modal yang kecil. Seperti layaknya usaha besar, UKM juga menempatkan modal sebagai hal terpenting dalam memulai usahanya. Modal ini sendiri berasal dari pinjaman atau milik pribadi, namun kenyataannya banyak UKM yang tidak bisa dan tidak mengerti cara mendapatkan pinjaman untuk modal baik dari pemerintah maupun lembaga keuangan, sehingga mereka hanya mengandalkan milik pribadi. Hal ini tentu saja berdampak pada daya saing produk yang dihasilkan oleh UKM.

Daya saing UKM yang rendah sehingga sulit bersaing dengan usaha besar juga dipengaruhi oleh produktifitas tenaga kerja UKM. Namun pada kenyataannya karena UKM biasanya merupakan bisnis keluarga yang masih dikelola tanpa kemajuan manajerial yang baik membuat tenaga kerja UKM tidak bekerja maksimal sesuai jam kerja sehingga menyebabkan produktifitas mereka rendah.

Dari semua faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya saing yang telah dipaparkan di atas, yaitu kompetensi pengusaha, inovasi produk, modal, dan produktifitas tenaga kerja, peneliti tertarik untuk meneliti beberapa faktor penting dalam pemaparan tersebut, yaitu faktor kompetensi karyawan dan inovasi produk. Peneliti tertarik untuk meneliti kompetensi dan inovasi guna menelaah keterkaitan hubungan antara kompetensi pengusaha dan inovasi produk terhadap daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang tersebut di atas, maka dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara kompetensi pengusaha dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat?
2. Apakah terdapat hubungan antara inovasi produk dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat?
3. Apakah terdapat hubungan antara kompetensi pengusaha dan inovasi produk dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat?
4. Apakah terdapat hubungan antara modal dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat?
5. Apakah terdapat hubungan antara produktifitas tenaga kerja dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat?

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka banyak hal yang mempengaruhi daya saing usaha. Agar penelitian ini lebih terarah, maka tidak semua masalah dapat diidentifikasi sebagai variabel yang diteliti, tetapi hanya dibatasi oleh variabel kompetensi pengusaha, inovasi produk, dan daya saing usaha.

Oleh karena itu, peneliti membatasi pada permasalahan: “Hubungan antara kompetensi pengusaha dan inovasi produk dengan daya saing usaha pada UKM bidang garmen di Jakarta Barat”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut, maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Apakah terdapat hubungan antara Kompetensi Pengusaha dan Inovasi Produk dengan Daya saing Usaha pada UKM Bidang Garmen di Jakarta Barat?”

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang peneliti harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoretis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kompetensi pengusaha dan inovasi produk khususnya berkaitan dengan daya saing usaha pada UKM. Juga sebagai bahan yang berguna saat terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya tentang berbagai faktor yang dapat mempengaruhi daya saing usaha.

2. Kegunaan secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan, masukan serta referensi dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah melalui penerapan kompetensi pengusaha dan inovasi produk yang tepat guna meningkatkan daya saing usahanya.