

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi merupakan faktor yang berpengaruh apakah suatu perusahaan dapat bersaing dalam kondisi arus pasar yang sangat kompetitif di era globalisasi dewasa ini. Demikian juga dengan skala usaha kecil dan menengah (UKM), sudah waktunya untuk mempunyai paradigma pandangan secara global mengingat arus informasi begitu cepat meyebar karena kemajuan teknologi informasi yang mengakibatkan wilayah bukan lagi sebagai sekat untuk menghambat pemasaran hasil industri UKM suatu negara dalam melakukan ekspansi pasar ke berbagai wilayah negara lain. Sehingga, sukses atau tidaknya suatu UKM tergantung bagaimana strategi mereka memposisikan usahanya dalam persaingan pasar yang sangat kompetitif, serta bagaimana ia mengusung strateginya secara bertahap dalam menapaki ruang lingkup persaingan usaha, mulai dari skala lokal, skala nasional, sampai berkembang menjadi usaha yang berskala internasional.

Dengan demikian, para pengusaha yang berkecimpun dalam dunia UKM sangat urgen memantau dan memperhatikan kondisi persaingan pasar secara terus-menerus guna mengantisipasi perubahan-perubahan yang bisa terjadi setiap saat dan tak terduga. Oleh karena itu, tanpa adanya strategi secara khusus yang diusung oleh para pelaku dunia UKM dalam menghadapi persaingan yang begitu kompetitif, maka kemungkinan besar pada kondisi

tertentu UKM yang tidak mampu berkompetisi akan tergesur dari persaingan usaha, alias mengalami kebangkrutan (Murwani, 2003 dalam Darmawan, 2004).

Disamping itu, dalam fenomenanya UKM terbukti tangguh menghadapi krisis yang melanda bangsa ini dalam konteks peranannya mengurangi pengangguran secara cepat dengan banyak menyerap tenaga kerja dan berkontribusi besar dalam menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup signifikan setiap tahunnya. Berikut info perkembangan indikator makro UKM yang ada di Kabupaten Bantul tahun 2009 (www.bappeda.bantulkab.go.id):

Sektor yang merupakan salah satu unggulan di Kabupaten Bantul adalah sektor industri pengolahan yang pertumbuhan setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Sektor industri tersebut meliputi makanan, minuman, tembakau sebagai sub sektor yang memberikan kontribusi terbesar pada PDRB (*Product Domestic Regional Bruto*) sebesar 67% per tahun untuk Kabupaten Bantul.

Selain itu subsektor yang juga memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan sektor industri pengolahan adalah subsektor tekstil, barang kulit dan alas kaki yang memberikan kontribusinya dari hasil kerajinan yang banyak diekspor ke mancanegara, selain itu sub sektor barang kayu dan hasil hutan juga memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan PDRB.

Pertumbuhan yang diperoleh sektor ini bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan yang diperoleh oleh sektor yang sama di propinsi DI Yogyakarta. Potensi industri kecil baik yang sudah terkumpul dalam sentra maupun yang sudah menyebar di Kabupaten Bantul sebanyak 17.865 unit usaha dan 73 sentra, dengan tingkat penyerapan tenaga kerja lebih dari 78 ribu orang.

Dari data indikator makro UKM di atas, sudah terbukti UKM mempunyai potensi yang sangat layak untuk lebih diperhatikan dan dikembangkan oleh pihak-pihak terkait, dengan melakukan upaya-upaya

secara efektif yang dapat memberikan akses dan edukasi untuk para pelakunya, sehingga, dengan hal tersebut, dengan sendirinya pengusaha-pengusaha akan lebih termotivasi dalam memajukan usaha-usahanya lebih mandiri dan siap besaing dalam kancah era pasar global.

Melihat fakta yang ada, maka wilayah Kabupaten Bantul memiliki UKM yang sangat potensial. Untuk itu perlu diupayakan lebih ditingkatkan lagi dalam hal pembinaannya, mempermudah akses-akses yang dibutuhkan oleh para pelaku UKM, dan memberikan pembinaan-pembinaan yang dapat menjadi edukasi bagi para pelakunya sehingga sedapatnya memahami seluk-beluk persaingan usaha, terutama dalam masalah strategi besaing. Untuk itu, pengusaha kecil dan menengah (UKM) penting memahami tipe strategi yang dipandang mampu meningkatkan kinerja usahanya dalam menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian (Darmawan, Thoyib, dan Surachman, 2004).

Dari beberapa penelitian sebelumnya, ditemukan banyak faktor yang bisa menentukan kesuksesan UKM. Beberapa peneliti menghubungkan kesuksesan UKM dengan Tipologi Strategi Miles dan Snow, yang terdiri dari empat tipe strategi, antara lain; strategi *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor* (Darmawan, Thoyib, dan Surachman, 2004). Begitu juga hasil penelitian Darmawan, Thoyib, dan Surachman (2004) di kawasan Sarbagita Bali menemukan hal yang sama.

Dari uraian latar belakang di atas serta bagaimana kesuksesan UKM dilihat dari perspektif Tipologi Strategi Miles dan Snow, maka penulis akan melakukan penelitian dengan replikasi penelitian Darmawan, Thoyib, dan Surachman (2004) di Kabupaten Bantul dengan judul "Analisis Tipe Strategi Usaha Kecil dan Menengah Pada Industri Kerajinan di Kabupaten Bantul."

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengelompokan industri kerajinan di Kabupaten Bantul ke dalam tipe strategi UKM (*Prospector, Defender, Analyzer, Reactor*) ?
2. Apakah ada perbedaan kesuksesan antar kelompok tipe strategi terhadap UKM pada industri kerajinan di Kabupaten Bantul?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengelompokan tipe strategi UKM pada industri kerajinan di Kabupaten Bantul dan karakteristik masing-masing kelompok.
2. Menganalisis perbedaan kesuksesan antar kelompok tipe strategi terhadap UKM pada industri kerajinan di Kabupaten Bantul.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat, serta sedapatnya menjadi salah satu sumber acuan kepada berbagai pihak, yaitu :

1. Bagi Subyek Penelitian

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bahan pertimbangan bagi pelaku UKM dalam mengambil keputusan strategi yang tepat untuk dijalankan dalam bersaing dan meraih kesuksesan dalam persaingan kompetitif dan kondisi pasar yang tidak menentu.

2. Bagi Pihak Lain

Bagi peneliti yang hendak melakukan pengembangan penelitian, serta bagi pihak instansi pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang terkait dan berminat terhadap permasalahan UKM di Kabupaten Bantul pada khususnya dan Indonesia pada umumnya, bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagaimana mestinya untuk memberikan penyuluhan atau edukasi ke pada para pelaku UKM.

3. Bagi Penulis

Bertambahnya pengetahuan mengenai strategi bersaing UKM dan berguna sebagai pengembangan disiplin ilmu dan pengalaman untuk sesuatu yang berguna bagi masa depan penulis.