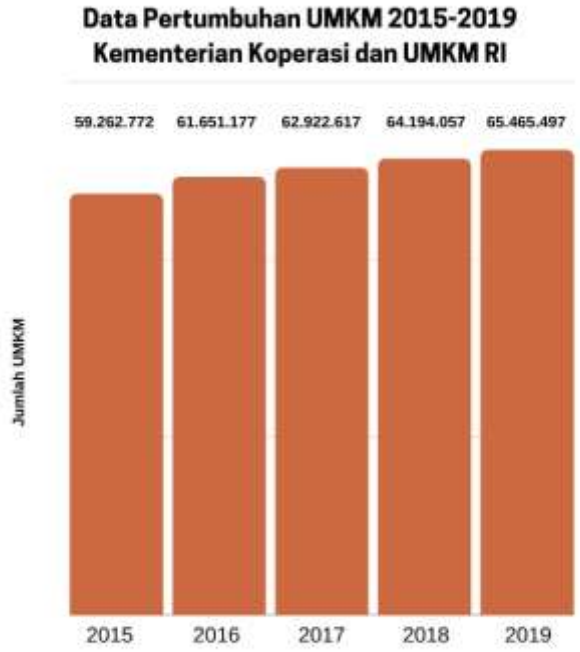
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM merupakan salah satu pilar yang menopang perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI, tahun 2020, UMKM ini berkontribusi sangat besar terhadap produk domestik bruto (PDB) yaitu lebih dari 60 persen atau senilai dengan Rp8.573,89 triliun. (Mainake, 2022)



Gambar 1.1 Jumlah UMKM Di Indonesia Pada Tahun 2015-2019

(Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020)

Berdasarkan data pada gambar 1.1 di atas, jumlah UMKM mengalami peningkatan pada setiap satu tahun. Hal tersebut juga menjadikan UMKM ini berkontribusi dalam menyerap 97 persen dari total tenaga kerja Indonesia dan

mempunyai porsi investasi sebesar 60,4 persen. Selain itu UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan dan juga sebagai alternatif untuk mengatasi masalah sosial sepeti masalah kemiskinan di Indonesia (Rachmawati et al., 2023)

UMKM dinilai memiliki peranan yang sangat krusial dan strategis dalam pembangunan ekonomi. Peranan tersebut tidak hanya negara berkembang saja yang dapat merasakan dampak positif dari UMKM, tetapi negara maju juga dapat merasakannya (Dima & Waja, 2022). Saat ini pengembangan UMKM menjadi harapan solusi alternatif untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang ada di Indonesia. UMKM sudah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia, salah satu pembuktiannya adalah ketika krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998. Usaha yang memiliki skala kecil dan menengah relatif mampu bertahan jika dibandingkan dengan perusahaan besar karena tidak menggantungkan pada modal besar atau tidak melakukan peminjaman modal dalam mata uang asing. Peristiwa tersebut menjadi bukti validsai bahwa kelompok UMKM mampu menahan berbagai macam masalah ekonomi sehingga UMKM memiliki peran penting dalam sistem perekonomian (Gustika dkk., 2022).

Kontribusi UMKM ini tidak hanya memberikan warna pada ekonomi lokal tetapi juga menciptakan peluang dan tantangan baru. Keberadaan UMKM dalam suatu wilayah dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan memberdayakan pelaku usaha kecil dan menengah, UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi tingkat

pengangguran, dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal (Ilmi, 2021).Namun, seiring dengan kontribusinya yang positif, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Terutama, skala usaha yang lebih kecil membuat UMKM lebih rentan terhadap perubahan ekonomi, fluktuasi pasar, dan persaingan yang ketat (Na & Hipertensiva, 2020). Dukungan terhadap UMKM sebagai bagian dari upaya pelestarian keberagaman budaya dan kuliner di suatu daerah mencerminkan fungsi pemerintahan dalam mempromosikan pembangunan ekonomi yang inklusif dan pelestarian identitas budaya sebagai bagian dari tanggung jawabnya terhadap masyarakat (Iman Kalis dkk, 2023). Sebagian besar UMKM berfokus pada produk lokal dan tradisional, mencerminkan kekayaan budaya dan warisan lokal. Dengan mendukung UMKM, kita juga ikut menjaga dan mempromosikan keunikan dan keistimewaan khas suatu daerah.

Kota Tasikmalaya, yang berada di provinsi Jawa Barat, Indonesia, dikenal sebagai Sang Mutiara dari Priangan Timur. Terletak di jalur utama selatan Pulau Jawa, kota ini memiliki posisi strategis yang memunculkan perkembangan bisnis yang signifikan. Seiring perkembangan bisnis, sejumlah besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh subur di Kota Tasikmalaya, termasuk sektor produksi tekstil, kerajinan tangan, dan makanan dan minuman. Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota dengan jumlah UMKM cukup banyak, terutama dalam sektor Industri Pengolahan (manufaktur). Ini dikarenakan kota Tasikmalaya memiliki reputasi yang kuat dalam berbagai industri, seperti makanan dan minuman, bordir, mendong, alas kaki, batik, payung geulis, serta beragam sektor manufaktur lainnya (Abdullah dkk., 2020).

Berdasarkan data, pada Tahun 2021 Kota Tasikmalaya memiliki lebih dari 2.000 pelaku UMKM yang telah terdaftar. Berikut adalah data jumlah UMKM yang telah terdaftar di Kota Tasikmalaya.

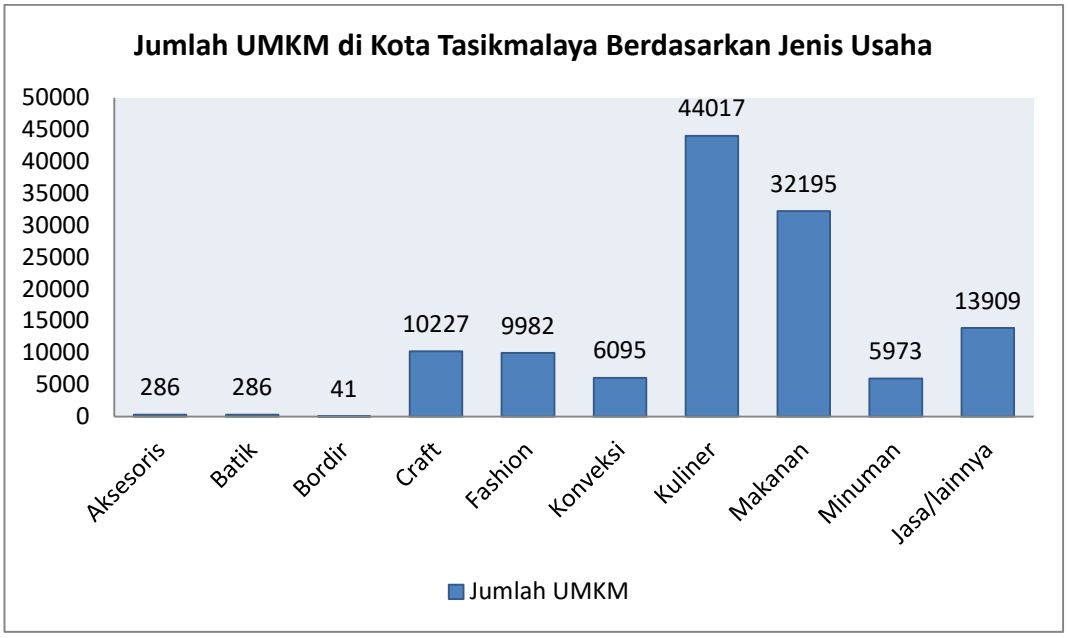
Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kota Tasikmalaya Berdasarkan Kecamatan

No.	Kecamatan	Usaha Kecil	Usaha Mikro	Usaha Menengah	Usaha Besar	Jumlah
1.	Cihideung	34	228	-	15	262
2.	Cipedes	80	303	-	6	383
3.	Tawang	86	326	11	26	449
4.	Indihiang	25	329	23	-	377
5.	Kawalu	39	307	-	-	346
6.	Cibereum	11	201	5	6	217
7.	Tamansari	50	143	-	-	193
8.	Mangkubumi	45	283	1	13	342
9.	Bungursari	57	174	-	1	231
10.	Purbaratu	6	136	-	-	142
TOTAL		**433**	**2430**	**40**	**67**	**2942**

(Sumber: Open Data Kota Tasikmalaya,2021)

Pada Tabel tersebut, dapat diketahui jumlah UMKM di Kota Tasikmalaya sebanyak 2.970 UMKM yang terbagi pada 10 Kecamatan yang ada, jumlah UMKM terbanyak berada di Kecamatan Tawang dengan jumlah 449 UMKM dan Kecamatan Purbaratu menjadi kecamatan dengan daftar UMKM terendah di Kota Tasikmalaya dengan jumlah 142 UMKM. Selain terbagi pada Kecamatan jumlah 2.970 UMKM juga dibagi berdasarkan skala usaha, dimulai dari skala kecil hingga skala besar. Usaha dengan skala mikro menjadi dominasi skala usaha terbanyak di Kota Tasikmalaya dengan jumlah 2.430 UMKM, setelah itu dilanjut oleh usaha dengan skala kecil berjumlah 433 UMKM. Untuk jumlaah usaha dengan skala menengah dan besar masih sangat minim di Kota Tasikmalaya jika dibandingkan dengan usaha skala kecil dan mikro.

Tabel 1.2 Grafik Jumlah UMKM di Kota Tasikmalaya Berdasarkan Jenis Usaha



(Sumber: Open Data Jabar 2023)

Pada Tabel di atas, dapat diketahui bahwa jenis usaha kuliner dan makanan merupakan jenis UMKM yang paling banyak, dengan total jumlah sebanyak 44.107 UMKM. Dengan diketahuinya hal tersebut serta kondisi sekarang dimana era digital saat ini sedang berlangsung, batasan antara konsumen dan produsen sudah sangat mudah untuk melakukan proses bisnis dimanapun dan kapanpun. Hal tersebut menjadikan persaingan bisnis semakin ketat karena konsumen dapat dengan mudahnya mengakses informasi sehingga konsumen menjadi lebih selektif untuk membeli sebuah produk. Maka dari itu produsen harus selalu menghadirkan inovasi pada produk agar menjadi unggul dan dapat bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya.

Industri makanan dan minuman saat ini menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dengan persaingan yang ketat di pasar. Keunggulan besaing menjadi aspek krusial ketika suatu perusahaan mampu melakukan hal-hal

yang tidak dapat dilakukan oleh pesaingnya atau memiliki atribut yang diinginkan oleh pesaing. Keunggulan bersaing menjadi gambaran dari kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan posisinya di pasar. Menjaga dan memiliki keunggulan bersaing merupakan faktor krusial dalam mencapai kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan. Secara umum, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaing hanya dalam rentang waktu tertentu karena adanya upaya peniruan dari pesaing dan perubahan kondisi yang dapat melemahkan keunggulan tersebut (Niode & Indonesia, 2012).

Dalam pasar bisnis yang kompetitif, perusahaan yang beroperasi di pasar yang sedang berkembang berusaha mencari faktor-faktor unggulan yang memposisikan mereka di atas pesaing sejenis. Menurut Abdollahbeigi dan Salehi (2018), kemampuan suatu organisasi dalam menggunakan sumber daya secara efisien akan menjadi pendorong utama kesuksesan organisasi dalam mencapai keunggulan bersaing. Untuk meraih keunggulan bersaing, setiap perusahaan pasti akan merancang strategi yang berbeda. Hosseini et al., (2018) mengindikasikan bahwa mencapai keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui perancangan strategi yang berbeda dari pesaing, yang melibatkan penyediaan dan penciptaan keunikkan pada produk sehingga sulit untuk ditiru oleh pesaing. Menurut Badrianto dkk. (2021), keunggulan bersaing suatu perusahaan dapat dibangun melalui berbagai metode, termasuk menciptakan produk dengan desain yang unik, mengadopsi teknologi yang inovatif, mengatur struktur organisasi, dan memaksimalkan sumber daya manusia.

Salah satu faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing adalah menciptakan desain produk yang memiliki keunikan. Di tengah perkembangan budaya yang semakin visual, interpretasi yang tepat dalam menempatkan produk di pasar kompetitif melalui desain menjadi kunci. Desain memberikan satu cara potensial untuk membedakan dan menempatkan produk perusahaan sehingga mencapai keunggulan bersaing. Suari dkk (2019) menjelaskan bahwa desain yang unik memiliki daya tarik yang mampu menarik minat konsumen, menciptakan kesan awal yang positif terhadap produk tersebut. Kurnia (2017) juga mengemukakan bahwa desain produk mengandung aspek yang lebih luas daripada sekadar tampilan fisik produk, dan ini memberikan dampak signifikan pada persepsi konsumen.

Selain desain produk, faktor lain yang mempengaruhi keunggulan bersaing adalah desain proses. Desain proses merupakan langkah kunci dalam menciptakan desain suatu produk. Dimulai dengan tahap awal pembuatan ide dan berlanjut hingga produk akhir. Desain proses memperhitungkan fungsi, estetika, dan berbagai faktor lainnya menggunakan informasi yang dikumpulkan melalui survei, kelompok fokus, *brainstorming*, atau desain sebelumnya. Tujuan utama desain proses adalah mengelola aktivitas produksi dengan tujuan meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi. Dengan demikian, desain proses adalah suatu pendekatan untuk memastikan bahwa metode yang paling ekonomis dipilih dalam pembuatan produk dengan menggunakan mesin dan fasilitas yang sudah ada atau yang dapat disediakan, sehingga mencapai tingkat kualitas produk yang diinginkan. (Sukmono, 2017)

Desain proses yang baik memiliki potensi untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih menarik, inovatif, dan efisien, terutama dalam konteks UMKM F&B di Indonesia. Negara ini kaya akan keragaman budaya dan kuliner, yang dapat menjadi sumber inspirasi bagi desainer. Oleh karena itu, desain proses menjadi aspek kritis dalam membantu UMKM F&B meningkatkan daya saing mereka. Meski demikian, masih banyak UMKM F&B di Indonesia yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan potensi desain proses secara optimal dalam meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan kualitas produk mereka. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya desain proses perlu ditingkatkan, terutama di kalangan UMKM F&B agar dapat mengimplementasikannya dengan baik pada bisnis mereka.

Sajodo Snack & Food adalah sebuah perusahaan yang fokus pada pembuatan makanan ringan, berbasis di Kota Tasikmalaya. Pendiri perusahaan ini, Firda Khaerunnisa S.Par dan Gilang Gumilar S.Kom, memulai usahanya pada tahun 2020. Saat ini, Sajodo Snack & Food, telah mendapatkan pengakuan di sejumlah *platform e-commerce* terkemuka. Dengan mengeluarkan berbagai produk baru Sajodo Snack & Food seperti Keripik Kaca, Seblak, Keju Aroma, Keripik Tempe, Baso Aci, Pilus Kencur dan Basreng. Sajodo Snack & Food telah memiliki sertifikat Halal, P-Irt, Uji Lab (Nilai Gizi) dan HaKI (Hak atas Kekayaan Intelektual). Sajodo Snack & Food menawarkan produknya di berbagai *platform e-commerce*, seperti TikTok Shop, Shopee, Lazada, Tokopedia, Gofood, Grabfood, dan Shopee Food, serta memiliki toko fisik.

Sajodo Snack & Food harus berfokus pada desain produk yang beragam

dan desain proses yang efisien agar mampu bertahan dan unggul dalam persaingan dari beberapa perusahaan atau UMKM lainnya yang bergerak di bidang F&B.

Fenomena yang menarik beberapa tahun ini yakni gaya hidup masyarakat zaman modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satu nya pada industri makanan dan minuman khususnya pada makanan ringan. Makanan ringan atau yang sering disebut juga dengan camilan merupakan jenis makanan yang fleksibel karena menggunakan kemasan yang mudah dibawa-bawa dan praktis. Aneka ragam makanan ringan tersebut mengalami perkembangan zaman. Berdasarkan data jumlah UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman diatas, persaingan menjadi ketat. Hal tersebut mempengaruhi semua pelaku UMKM pada bidang makanan dan minuman untuk melakukan berbagai cara agar dapat bersaing. Untuk itu Sajodo Snack & Food berkomitmen untuk terus melakukan pengembangan dari segi desain produk dan desain proses dengan tujuan untuk mempertahankan keunggulan bersaing Sajodo Snack & Food.

Maka berdasarkan masalah tersebut, perlu dilakukan penelitian terkait situasi yang diuraikan di atas dalam bentuk usulan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei pada Produk Sajodo Snack & Food Tasikmalaya)".** Peneliti sangat ingin mempelajari bagaimana beberapa desain produk dan desain proses dapat mempengaruhi keunggulan bersaing.

1.2 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Desain Produk pada Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.
2. Bagaimana Desain Proses pada Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.
3. Bagaimana Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses terhadap Keunggulan bersaing pada Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. Desain Produk pada Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.
2. Desain Proses pada Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.
3. Pengaruh Desain Produk dan Desain Proses terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Sajodo Snack & Food Tasikmalaya.

1.4 Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu

1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat memberikan pengertian,dukungan,dan pengetahuan khususnya dalam bidang desain produk dan desain proses dampaknya terhadap keunggulan bersaing.Kemudian,dapat diartikan sebagai perbandingan antara pengujian teoritis dengan bukti-bukti yang ada di lapangan.

1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan

a. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan wawasan dan pengetahuan serta gambaran nyata dari pemahaman ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan khususnya mengenai Desain produk dan Desain Proses serta pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing.

b. Bagi perusahaan

   Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan operasionalnya.

c. Bagi Universitas Siliwangi

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan, informasi, serta bahan referensi penelitian khususnya tentang Desain Produk dan Desain Proses dalam ranga menciptakan keunggulan bersaing

d. Bagi Pihak Lain

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menambah ilmu pengetahuan, sumbangan pemikiran dan perbandingan bagi penelitian yang akan membahas dan mengembangkan lebih lanjut terutama untuk permasalahan di bidang yang sama.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian,peneliti harus menentukan lokasi penelitian.Hal ini penting untuk mendapatkan data yang dibutuhkan sebagai dasar untuk menetapkan, menjabarkan, dan merumuskan permasalahan

penelitian.Penelitian ini dilakukan di CV Sajodo Karya Gemilang, yang berlokasi di Jalan Leuwidahu, Kelurahan Indihiang, Kecamatan Indihiang, Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal penelitian

Penelitian Ini dilaksanakan selama kurang lebih lima bulan yaitu mulai dari bulan Oktober sampai bulan Februari 2024, sebagaimana terlampir dalam Waktu penelitian.