

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis di Indonesia menjadi semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Banyak masyarakat menciptakan bisnis baru untuk mempertahankan kondisi finansial mereka. Dengan adanya perkembangan bisnis-bisnis baru ini membuat perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi guna menghadapi persaingan. Persaingan bisnis terutama di Indonesia selalu berkembang pesat dari sektor manapun baik itu *fashion*, kuliner, *furniture* dan lain sebagainya.

Perkembangan bisnis ini dimulai dari munculnya usaha-usaha kecil hingga menengah atau biasa disebut dengan UMKM. Menurut Undang-undang Peraturan Pemerintah No.8 Tahun 2021 pengertian tentang UMKM adalah :

“Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau badan hukum perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan mengenai usaha mikro dan kecil.”

Sebuah usaha dapat dikatakan UMKM jika termasuk kriteria dan karakteristik UMKM, salah satu karakteristiknya yaitu berlokasi secara kelompok di suatu wilayah atau biasa disebut dengan sentra.

Sentra yaitu tempat yang dijadikan pusat daerah atau titik tengah dari suatu industri. Bandung memiliki beberapa sentra seperti sentra kain yang berada di daerah Cigondewah, sentra rajutan di daerah Binong dan sentra sepatu yaitu di daerah Cibaduyut. Sentra Cibaduyut dimulai pada tahun 1920, berada disepanjang jalan Cibaduyut dengan rancangan produknya yaitu sepatu yang beragam dan memiliki kualitas yang bagus.

Sepatu merupakan salah satu item fashion yang sangat menarik, sepatu memiliki banyak jenis mulai dari sepatu resmi, sepatu olahraga, sepatu kasual hingga sepatu pesta. Sepatu biasanya menggunakan bahan dasar kanvas atau kulit dengan berbagai macam model dan dihias sedemikian rupa. Sepatu di sentra Cibaduyut ini sangat berpengaruh terhadap perekonomian daerah, sehingga banyak usaha baru yang bermunculan dengan produk yang sama dan menimbulkan persaingan bisnis yang sangat ketat. Dengan adanya persaingan ini tentu dibutuhkan skill manajemen yang bagus agar bisa mempertahankan sebuah usaha.

Di era digital seperti sekarang ini sosial media menjadi platform atau sarana yang bisa dimanfaatkan sebagai peluang terutama dalam berbisnis. Dengan adanya sosial media, perusahaan bisa membuat strategi promosi mereka dan memasarkan produknya ke ranah yang lebih luas dibanding sebelumnya. Strategi promosi, perusahaan ini dilakukan melalui offline dan online, strategi ini biasa disebut dengan kegiatan pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen serta dapat mewujudkan tujuan perusahaan. Pemasaran sangat penting bagi

perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan cara atau sistem pemasarannya sendiri untuk memperoleh laba tersebut.

Selain promosi atau pemasaran, perusahaan juga harus meningkatkan produk agar dapat bertahan dalam persaingan. Dalam meningkatkan suatu produk, perkembangan zaman dan keinginan konsumen menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Diferensiasi produk menjadi upaya yang baik dalam membantu perusahaan menciptakan inovasi produk yang berbeda dari produk pesaing untuk membuat sebuah ciri khas sehingga konsumen dapat menemukan ketertarikan pada produk tersebut. Dengan menerapkan diferensiasi produk yang efektif maka diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi usaha tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016:393) “Diferensiasi produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan atau spesial.” Dapat diartikan juga bahwa diferensiasi produk yaitu suatu inovasi yang dirancang untuk membedakan suatu produk dari produk pesaing yang dengan maksud untuk menarik konsumen.

Pada kondisi persaingan yang sangat cepat berkembang ini banyak usaha yang memiliki target tidak hanya untuk kalangan muda tetapi untuk semua jenis kalangan. Hal ini diterapkan pula pada usaha Javabull Footwear. Javabull Footwear yaitu usaha yang bergerak dibidang pembuatan sepatu dengan berbahan dasar kulit. Javabull Footwear didirikan pada tahun 1993 yang berada di sentra di Cibaduyut, Kabupaten Bandung. Javabull footwear melakukan pemasarannya ke beberapa kota seperti

Jakarta, Tangerang, Cirebon, Tasikmalaya termasuk ke beberapa toko di daerah Cibaduyut salah satunya yaitu Grutty.

Berdasarkan data yang didapat, Javabull Footwear menghasilkan berbagai macam produk sepatu sebagai berikut:

Tabel 1-1

Jenis Produk Sepatu yang dihasilkan oleh Javabull Footwear

Jenis Produk	Warna	Bahan
Selop Kokop	3 Warna	Kulit
Selop Ban 2	4 Warna	Kulit
Sandal Jepit Kulit	2 Warna	Kulit
Pantofel Klasik	4 Warna	Kulit
Pantofel Klasik Formal	2 Warna	Kulit

Sumber: data produk Javabull Footwear

Berdasarkan tabel diatas, Javabull Footwear memiliki 5 jenis produk dengan berbagai model sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, setiap produk memiliki beberapa warna sehingga dapat digunakan baik oleh pria ataupun wanita. Namun banyaknya *shoes store* yang beredar menjadi pesaing bagi Javabull Footwear, maka dari itu Javabull Footwear melakukan diferensiasi produk.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh Javabull Footwear sebelumnya, banyaknya pesaing menyebabkan volume penjualan seringkali tidak stabil, dikarenakan diferensiasi produk yang belum diterapkan secara optimal. Beberapa produk Javabull Footwear memiliki kekurangan yang dapat dilihat dari:

- Bentuk

Produk yang dirancang oleh Javabull Footwear tergolong masih belum bervariasi, produk yang dihasilkan lebih banyak berbentuk formal.

- Gaya

Produk yang dirancang oleh Javabull Footwear mayoritas memiliki model yang terbatas.

- Desain

Desain dari produk Javabull Footwear masih belum bervariasi sama halnya dengan bentuk dan modelnya yaitu terbatas dan lebih banyak berbentuk formal.

- Kemudahan Perbaikan

Javabull Footwear masih belum memberikan fasilitas kemudahan perbaikan produk pada konsumennya.

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai strategi diferensiasi produk yang akan dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul : **“ANALISIS DIFERENSIASI PRODUK PADA UMKM DI SENTRA CIBADUYUT KOTA BANDUNG (Studi Kasus Pada *Shoes Store JAVABULL FOOTWEAR*) ”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana gambaran umum shoes store Javabull Footwear?

- b. Bagaimana diferensiasi produk pada shoes store Javabull Footwear?
- c. Hambatan dan upaya apa saja dalam proses diferensiasi produk pada shoes store Javabull Footwear?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui gambaran umum shoes store Javabull Footwear
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan diferensiasi produk pada shoes store Javabull Footwear
- c. Mengetahui hambatan dan upaya apa saja dalam proses diferensiasi produk pada produk Javabull Footwear

1.4 Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk menambah wawasan, pengalaman serta pengetahuan mengenai diferensiasi produk serta dapat dijadikan perbandingan dalam penulisan serupa.

- b. Kegunaan Praktis

- 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi manfaat bagi penulis terutama dalam hal pemasaran dan strategi diferensiasi produk serta dapat membandingkan antara teori yang sudah dipelajari dan pelaksanaan praktik di lapangan.

2. Bagi Objek Peneliti

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan diferensiasi produk dan mengambil masukan sehingga dapat terus mengembangkan kualitas produknya.

3. Bagi Pembaca

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dapat menjadi acuan untuk menambah wawasan mengenai pemasaran dan diferensiasi serta bisa dijadikan referensi untuk kajian yang sama.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Kegiatan Penelitian ini dilakukan pada Javabull Footwear yang bertempat di Cibaduyut, Bandung.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Lamanya penelitian untuk observasi ke tempat penelitian, melakukan proses wawancara hingga mengumpulkan data dilakukan kurang lebih selama 3 bulan.

