

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagaimana kita ketahui bahwa Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang dan menjadikan UMKM sebagai dasar utama sektor ekonomi masyarakat, hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan kemandirian dalam berkembang di kalangan masyarakat, khususnya dalam sektor ekonomi. Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini disebabkan oleh dukungan yang kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang diberikan kepada para pelaku usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mempersiapkan diri menghadapi kondisi ekonomi di masa depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional.

UMKM dibagi menjadi 3 kategori, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro adalah usaha dengan aset maksimal 50 juta dan omzet maksimal 300 juta. Usaha kecil adalah usaha dengan aset berkisar antara 50 juta sampai 500 juta dan omzet berkisar antara 300 juta sampai 2,5 miliar, sementara usaha menengah adalah usaha dengan aset antara 500 juta sampai 1 miliar dan omzet antara 2,5 miliar sampai 50 miliar (Handini, 2019).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, atau yang lebih dikenal dengan istilah UMKM, adalah suatu bentuk usaha kecil yang didirikan berdasarkan inisiatif individu. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha. UMKM adalah jenis usaha yang

sangat menarik minat masyarakat Indonesia, karena dengan modal yang relatif kecil, masyarakat dapat menjadi pelaku UMKM (Hanim, 2018).

Usaha mikro memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal dan nasional, karena banyak memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan kerja serta menyediakan produk yang diperlukan masyarakat. Namun, usaha mikro sering menghadapi tantangan memperluas pangsa pasar dalam meningkatkan penjualan produk menghadapi persaingan pasar yang makin ketat. Karena itu, Usaha mikro memerlukan strategi pemasaran yang fleksibel dan responsif untuk merespons perubahan perilaku konsumen di era digitalisasi yang terus berkembang. Usaha mikro harus terus mengembangkan produk dan layanan mereka agar tetap relevan dan diminati oleh konsumen ketika gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat berubah.

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran karena tumbuh sebagai sumber pendapatan dengan banyak menyerap tenaga kerja, dan UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Semakin banyak masyarakat berwirausaha maka perekonomian di suatu daerah juga menjadi lebih baik dan kokoh karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat diserap dan dimanfaatkan secara optimal. Tentu dari hal ini perkembangan UMKM di setiap daerah itu berbeda-beda salah satunya UMKM Usaha jahit di Kota Lhokseumawe.

Usaha jahit adalah suatu usaha yang memproduksi bahan mentah menjadi barang siap pakai, dengan menggunakan benang dan jarum sebagai bahan baku utama. Usaha di bidang jasa jahit saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Banyak pelaku usaha yang membuka usaha dibidang ini karena tingginya permintaan beragam yang modis dan sesuai tren. Selain itu, banyak wirausahawan memilih usaha jasa jahit karena dianggap lebih mudah dijalankan dan memiliki peluang keuntungan yang menjanjikan.

Usaha jahit, suatu bidang pekerjaan yang telah menjadi bagian dari sejarah dunia fashion dan tekstil selama berabad-abad. Usaha jahit adalah salah satu jenis usaha yang masih terus tumbuh hingga sekarang. Di era modern ini, usaha jahit telah mengalami transformasi dan perkembangan yang besar, sejalan dengan perubahan dalam gaya berpakaian dan kemajuan teknologi dalam produksi tekstil. Menurut laman Chron, usaha jahit adalah aktivitas bisnis yang berorientasi pada pembuatan pakaian dan barang-barang tekstil melalui proses menjahit.

Kota Lhokseumawe merupakan salah satu wilayah dengan perkembangan usaha jahit yang luas dan cukup pesat. Hal ini dikarenakan banyaknya peminat dan masyarakat yang memiliki keinginan yang unik dan berbeda dalam segi terampil. Contohnya seperti baju, celana, rok dan bahan tekstil lainnya dengan model yang berbeda dan layanan usaha jahit yang berbeda beda.

Salah satu cara mengembangkan usaha jahit adalah dengan media sosial. Media sosial sangat berperan besar bagi seorang wirausaha terutama usaha jahit. Dikarenakan media sosial dapat secara bertahap berkembang sehingga

memungkinkan setiap penggunanya untuk menciptakan sebuah usaha dalam jaringan atau secara online. Sebagai platform yang tersedia selama 24 jam, media sosial terbukti sangat membantu penggunanya dalam membangun suatu bisnis. Hal ini diperkirakan memiliki banyak peluang untuk mencapai lebih banyak orang dan jaringan yang semakin luas untuk mempromosikan usaha dan bisnis, yang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Media Sosial yang digunakan oleh Pelaku UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe

Media Sosial	Link Akses
Instagram	https://www.instagram.com/jahitbaju_byana?igsh=MTJ5ejFuYW15YjJkdg==
Tiktok	https://www.tiktok.com/@na.modee?_t=ZS-8wUKfxhT3Dd&_r=1
WhatsApp	https://wa.me/6283139605311

Sumber: Data observasi, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, maka dapat kita lihat bahwa usaha jahit di Kota Lhokseumawe banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan usaha jahit mereka dengan menampilkan cara yang unik dan menarik. Beberapa platform yang digunakan adalah seperti Instagram, Tiktok dan WhasApp. Beberapa pelaku usaha jahit di Kota Lhokseumawe menggunakan media sosial untuk membagikan konten- konten kreatif dan unik seperti foto dan video hasil kerja mereka dengan macam model menarik serta proses dan hasil produk yang di hasilkan. Strategi ini dilakukan agar dapat membantu usaha jahit menjangkau lebih luas konsumen potensial dan memperbanyak pelanggannya.

Namun, berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, beberapa pelaku usaha jahit di Kota Lhokseumawe jarang mengunggah konten atau tidak bervariasi

terhadap postingan yang diunggah sehingga interaksi dengan pelanggan rendah dan kurang menarik pelanggan. Beberapa media sosial yang dibuat juga banyak yang kurang aktif sehingga dapat membuat usaha jahit yang dijalankan redup dari usaha jahit yang lain.

Jumlah usaha jahit di Kota Lhokseumawe terbilang cukup banyak dengan beragam layanan usaha jahit yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 30 usaha jahit di kota Lhokseumawe terdapat beragam layanan usaha jahit yang ditawarkan seperti pemotongan kain, merakit potongan- potongan kain tersebut dan menjahitnya menjadi pakaian atau produk tekstik sesuai dengan desain dan spesifikasi yang diinginkan, beragam layanan lainnya juga seperti pembuatan pakaian custom, perbaikan dan alterasi pakaian, jahit bordir dan juga pasang payet. Agar dapat bersaing dalam memasarkan produk maka diperlukan strategi pemasaran yang efektif. Keterampilan wirausaha merupakan faktor penting dalam menciptakan keunggulan bersaing.

Keterampilan berwirausaha adalah kemampuan menggunakan ide dan kreativitas melalui pelatihan dan pembelajaran untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang mempunyai nilai tambah untuk kepentingan sendiri dan orang lain (Maharani, 2021). Keterampilan wirausaha bisa menjadi faktor pendorong bagi pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, citra baik yang diperoleh dari pelanggan, dan tingkat pendapatan pasti akan meningkat jika pelaku usaha terampil dalam mengangkat semua keterampilan

yang dimiliki serta pengetahuan yang dapat memicu perkembangan keterampilan wirausaha.

Keterampilan wirausaha menjadi faktor penting dalam mendorong keunggulan bersaing usaha jahit di Kota Lhokseumawe. Keterampilan yang dimiliki wirausaha meliputi teknik jahit modern, desain kreatif dan pemasaran digital yang dapat membantu pelaku usaha dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Namun, dalam pengamatan peneliti, keterampilan wirausaha masih menjadi kendala bagi pelaku usaha jahit yang berasal di kota Lhokseumawe terutama bagi mereka yang hanya menguasai satu keterampilan wirausaha saja, sehingga dapat membatasi kemampuannya dalam menjalankan usaha dan memenuhi berbagai permintaan pelanggan yang beragam.

Menurut Kotler (2021) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Saladin (2019) harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang memiliki suatu barang yang memiliki manfaat serta penggunaannya.

Harga menjadi salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan usaha jahit di kota Lhokseumawe, beberapa pelaku usaha menggunakan harga juga sebagai kemungkinan dalam menentukan seberapa besar keunggulan bersaing yang mereka

dapatkan. Seperti hasil pra-survei yang dilakukan terhadap 30 pelaku usaha jahit di Kota Lhokseumawe, rata rata harga yang ditawarkan mulai dari Rp.60.000 – Rp 500.000 ke atas untuk layanan pembuatan pakaian custom. Rp 15.000 hingga Rp.50.000 per pakaian untuk layanan perbaikan dan Rp.50.000 – Rp,150.000 untuk layanan pasang payet, tetapi harga yang ditawarkan juga tergantung detail dan model yang diminta oleh pelanggan.

Namun, berdasarkan pengamatan peneliti masih terdapat beberapa pelaku usaha jahit di Kota Lhokseumawe yang tidak bisa menetapkan harga yang merefleksikan nilai premium usaha jahitnya agar menjadi keunggulan bersaing yang sulit ditiru oleh pelaku usaha jahit lain yang hanya mengandalkan harga murah tanpa didukung oleh kualitasnya.

Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya (Dirgantoro, 2019). Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) merupakan hasil kritik dari keunggulan komparatif atau comparative advanta. Keunggulan kompetitif banyak menekankan sumber daya pada penguasaan skill, ilmu pengetahuan dan teknologi. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh wirausaha bagi para pelanggan.

Beberapa pelaku usaha dapat bertahan di tengah gempuran produk fashion massal dan impor, pelaku usaha bahkan berkembang dengan mengandalkan beberapa pilar keunggulan khas mereka. Namun demikian, pada UMKM usaha jahit di Kota Lhokseumawe terdapat hambatan dalam keunggulan bersaingnya

dengan keterbatasan kapasitas produksi dan skala usaha. kemampuan mereka dalam memenuhi pesanan dalam volume besar atau mempercepat proses produksi sangat terbatas.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih mendalam terkait: **“Pengaruh Media Sosial, Keterampilan Wirausaha dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah keterampilan wirausaha berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit Kota di Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe
2. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan wirausaha terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Usaha Jahit di Kota Lhokseumawe

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian diatas, oleh sebab itu, maka penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi kesuksesan pemasaran usaha mikro, atau faktor eksternal seperti perubahan tren pasar. Selain itu, penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan metodologi yang relevan untuk mengkaji dampak media sosial dan keterampilan wirausaha Program Studi Kewirausahaan. Dengan memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana UMKM dapat bersaing melalui penggunaan media sosial dan keterampilan wirausaha yang optimal, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam studi-studi selanjutnya
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, dokumentasi ilmiah yang bermanfaat dan kajian pustaka bagi bagi Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial dan

keterampilan wirausaha. Pelaku usaha juga dapat menggunakan hasil penelitian untuk membuat keputusan bisnis yang lebih informatif, mengurangi risiko kegagalan dalam kampanye pemasaran, dan meningkatkan daya saing di pasar dalam keunggulan bersaingnya.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi khususnya kepada pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya dalam keunggulan bersaing di pasar dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terkait keunggulan bersaing yang dilakukan oleh pelaku UMKM.