

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Akhir tahun 2015 menjadi awal berlakunya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Berlakunya MEA menjadi tanda berlakunya pasar bebas di lingkup ASEAN tak terkecuali Indonesia. Terbukanya pasar se-ASEAN menjadi peluang sekaligus ancaman bagi produsen dalam negeri. Mudah-mudahan barang dari kawasan ASEAN masuk ke Indonesia membuat persaingan produk semakin ketat, sehingga produsen harus mengetahui dan memahami sumber daya apa saja yang dimiliki dan bagaimana mengelolanya.¹

Kinerja pemasaran merupakan faktor yang digunakan untuk mengukur hasil dari strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran yang dilakukan oleh tim pemasaran merupakan komponen terpenting dalam sebuah perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran pada perusahaan dapat dilihat dari kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran adalah faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan. Kinerja pemasaran dapat dilihat dari pertumbuhan pelanggan, volume penjualan, dan kemampuan.

Perkembangan perekonomian sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan hasil produksinya dengan tidak meninggalkan mutu hasil produksinya. Semakin meningkatnya persaingan untuk memperebutkan pasar yang ada menyebabkan perusahaan harus menetapkan strategi yang tepat dalam pemasaran produk usahanya. Jika perusahaan tersebut tidak mampu untuk bertahan dalam persaingan, maka dapat

¹ Yunita Dwi Pertiwi dan Bambang Banu Siswoyo, *Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kripik Buah di Kota Batu*, *Syariah Paper Accounting* ISSN 2460-0784, Universitas Negeri Malang, 2011, hal. 231.

dipastikan akan mengakibatkan perusahaan tersebut mengalami kerugian dalam *market share*-nya.²

Kinerja pemasaran merupakan pertumbuhan penjualan yang didasarkan pada sejauh mana perusahaan mampu mempertahankan konsumen yang ada atau menambah jumlah konsumen yang baru. Dengan demikian dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan yang mampu meningkatkan pertumbuhan penjualan berarti memiliki kinerja yang baik. Kinerja pemasaran adalah merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk – produknya, keberhasilan kinerja pemasaran tercermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis. Disamping itu ukuran keberhasilan kinerja pemasaran juga dapat dilihat dari tingkat keberhasilan produk baru yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kinerjanya semakin baik.³

Keunggulan bersaing memiliki setidaknya dua arti berbeda namun berhubungan arti pertama yaitu berfokus pada keunggulan (*superiorty*) dalam *skill* atau sumber daya (*resource*), sedangkan arti kedua mengenai keunggulan bersaing dari hasil kinerja. Untuk mengukur keunggulan bersaing ada dua pijakan dalam mencapai keunggulan bersaing pertama adalah keunggulan sumber daya yang terdiri dari keunggulan keahlian dan keunggulan dalam bahan baku, lalu yang kedua adalah keunggulan posisi yang terdiri dari keunggulan biaya relatif dan keunggulan nilai bagi pelanggan. Terdapat tiga tolok ukur untuk mengetahui apakah sebuah perusahaan memiliki keunggulan bersaing. Pertama, keunikan produk, yaitu keunikan produk perusahaan sehingga dapat membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran. Kedua, kualitas produk, yaitu kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Dan ketiga,

² Made Mahayu Julina, *Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran Pada Fashion Retail di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 6, No. 9 ISSN: 2302-8912, Universitas Udayana, 2017, hal. 5006.

³ Made Mahayu Julina, *Op. Cit.*, hal. 5013-5014.

harga bersaing yaitu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.⁴

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebuah produk dapat dipandang mengandung pemuas kebutuhan dalam jumlah tertentu. Selain itu, produk juga dapat dilihat sebagai sekumpulan manfaat yang dicari konsumen. Produk tidak hanya meliputi atribut fisik, tetapi juga jasa yang mencakup sifat-sifat nonfisik, seperti harga, merek, warna, pelayanan dan lain-lain.⁵ Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁶

Kabupaten Jepara merupakan daerah yang penduduknya banyak yang menjadi wirausahawan. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan perekonomian akan datang dari para wirausaha, yaitu orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil risiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Terdapat 16 kecamatan di kabupaten Jepara, menurut data Dinas Perindustrian dan Perdagangan tahun 2017 terdapat 11 jenis industri kecil dan menengah yang tersebar di kecamatan tersebut. Sentra industri kerajinan anyaman rotan yang terdapat di kecamatan Welahan. Desa Teluk Wetan adalah salah satu sentra industri kecil dan menengah di Jepara, dimana terdapat 235 unit usaha yang memproduksi anyaman rotan antara lain berupa meja, kursi, tas dan parsel. Data jumlah produksi kerajinan anyaman rotan di desa Teluk Wetan kecamatan Welahan kabupaten Jepara selama tahun 2017 dapat dijelaskan pada Tabel 1.1.

⁴ Erni Jayaningrum dan Brillyanes Sanawiri, *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 54 No. 1, Universitas Brawijaya Malang, 2018, hal. 150.

⁵ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 344.

⁶ Nana Herdiana Abdurrahman, *Op. Cit.*, hal. 344.

Tabel 1.1
Jumlah Produksi Kerajinan Anyaman Rotan Desa Teluk Wetan
Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara Tahun 2017

Bulan	Unit Penjualan	Satuan
Januari	173.652	Buah/set
Februari	90.021	Buah/set
Maret	205.940	Buah/set
April	154.390	Buah/set
Mei	122.860	Buah/set
Juni	57.760	Buah/set
Juli	38.588	Buah/set
Agustus	64.356	Buah/set
September	147.987	Buah/set
Oktober	74.622	Buah/set
November	43.733	Buah/set
Desember	109.365	Buah/set

Sumber: Data Disperindag, 2017.

Seperti industri kecil lainnya, industri kecil kerajinan anyaman rotan di desa Teluk Wetan Jepara ini juga tidak lepas dari berbagai masalah, yang terjadi di tahun 2017 jumlah produksi kerajinan anyaman rotan mengalami fluktuasi hasil penjualan dari unit usaha, hal ini dikarenakan adanya kenaikan harga bahan baku dan banyak beralihnya permintaan konsumen dari produk yang berbahan rotan ke produk-produk yang berbahan aluminium dan plastik. Berdasarkan wawancara dengan para pengusaha kerajinan anyaman rotan, dinyatakan bahwa banyak pelanggan yang mengeluhkan tidak adanya inovasi dari pengusaha dengan produk-produk yang telah dihasilkan baik itu dari warna, jenis maupun modelnya juga kurang dikembangkan, apabila dibandingkan dengan kerajinan anyaman berbahan baku aluminium dan plastik.⁷

Kesenjangan inilah yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian berkaitan dengan “**Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan**

⁷ Hasil observasi awal peneliti pada sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara pada tanggal 27 September 2018.

Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran Sentra Kerajinan Anyaman Teluk Wetan Jepara”.

B. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah di sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara yaitu terkait dengan pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran.

C. Rumusan Masalah

Dari hasil pemaparan latar belakang diatas, maka bisa diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara?
4. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara.

4. Untuk menguji secara empiris pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi UMKM

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu mengembangkan pemikiran bagi semua karyawan di sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara sebagai masukan dalam pertimbangan untuk pengambilan keputusan/kebijaksanaan oleh pihak perusahaan dalam rangka meningkatkan usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang berkaitan dengan masalah pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran sentra kerajinan anyaman Teluk Wetan Jepara.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menambah kepustakaan dan menjadi bacaan yang bermanfaat bagi pembaca khususnya Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus.

3. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis apabila tujuan/praktek diperusahaan dan memperluas cakrawala ilmu terutama dalam hal-hal yang berhubungan dengan pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian

yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, surat pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab pertama ini terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan dan motivasi penelitian, selanjutnya pokok masalah sebagai inti masalah, kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian untuk mengetahui urgensi penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang mencakup telaah pustaka yang diperlukan untuk memaparkan penelitian sejenis yang pernah dilakukan untuk mengetahui posisi dari penelitian ini. Dilanjutkan dengan kerangka teori yang membahas tentang teori yang digunakan dalam penelitian ini dan yang terakhir hipotesis sebagai hasil kesimpulan sementara.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ketiga berisi mengenai metodologi penelitian yang meliputi populasi dan penentuan sampel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel penelitian, model empiris, dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab keempat, berisi tentang pembahasan hasil penelitian. Pada bab ini penyusun memfokuskan pada hasil uji empiris terhadap data yang dikumpulkan dan pengolahan data yang telah dilakukan, serta membahas uji regresi, uji asumsi klasik dan pembuktian hipotesis berdasarkan informasi yang diperoleh.

BAB V : Penutup

Bab kelima, sebagai akhir pembahasan dalam skripsi ini, disampaikan kesimpulan dan keterbatasan dari hasil penelitian. Dilanjutkan dengan saran - saran.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

