

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era global sekarang ini, setiap perusahaan dipaksa untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin kompetitif serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih suatu produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menciptakan suatu produk. Dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing (Bakti & Harun, 2011). Dalam situasi yang demikian, maka semakin mendorong perusahaan yang ada untuk mencari solusi yang kreatif dan inovatif agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Solusi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah Inovasi produk dan Orietasi pasar.

Narver & Slater (1995) mengatakan bahwa kinerja perusahaan yang efektif adalah konfigurasi dari manajemen praktis yang memberikan fasilitas untuk pengembangan pengetahuan yang menjadi dasar keunggulan bersaing. Dan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan yang diukur melalui volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pangsa pasar.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Tohar, 2000). Industri kecil merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi, setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang

yang lebih tinggi nilainya. Tenaga kerja yang dimiliki oleh industri kecil adalah sebanyak 5 hingga 19 orang. Sedangkan industri menengah memiliki tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang (BPS, 2012).

Industri pande besi pada awalnya merupakan usaha pertukangan besi yang hanya memproduksi senjata tradisional. Namun pada era modern ini mulailah dibuat dalam bentuk usaha yaitu pembuatan alat-alat seperti pisau sadap, tajak, pisau sembelih, dan mata tajak. Alat-alat tersebut digunakan untuk keperluan rumah tangga dan dibuat dengan tujuan komersil. (Ahmad, 2014).

Kabupaten Jombang merupakan salah satu daerah sentra produksi kerajinan pande besi. Selain senjata tradisional, alat-alat yang dihasilkan misalnya alat pertanian yang berupa cangkul, sabit/arit dan bendho. Selain itu IKM pande besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang juga memproduksi alat kebutuhan rumah tangga seperti pisau dan golok. Berikut merupakan tabel data Industri Kecil Menengah pande besi yang berada di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo**  
**(Agustus 2019)**

No	Desa	Jumlah
1	Pucang Simo	27
2	Brodot	7

*Sumber: Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa Desa Pucang Simo memiliki jumlah IKM paling besar dibanding Desa Brodot.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Produksi antar IKM Pande Besi**  
**di Kecamatan Bandar Kedungmulyo (Agustus 2019)**

No	Pemilik IKM Pande Besi	Jumlah Produksi / 18 Agustus 2019	Jumlah Produksi / 25 Agustus 2019
1	Khusnaini	280 pcs	120 pcs
2	H. Mulyono	280 pcs	160 pcs
3	Sumilan	210 pcs	150 pcs
4	Rodhikin	240 pcs	160 pcs
5	Rodhikan	210 pcs	150 pcs
6	Suwarno	120 pcs	180 pcs
7	Syamsyuri	140 pcs	80 pcs
8	Supeno	100 pcs	120 pcs
9	Suminto	210 pcs	210 pcs
10	Simin	150 pcs	210 pcs
11	Imam	160 pcs	120 pcs
12	Ngaderi	100 pcs	60 pcs
13	Sujak	210 pcs	150 pcs
14	Marzuki	150 pcs	150 pcs
15	Supri	240 pcs	160 pcs
16	Pardi	80 pcs	80 pcs
17	Sukiman	280 pcs	200 pcs
18	Mariadi	100 pcs	60 pcs
19	Dukin	90 pcs	90 pcs
20	Sodikin	120 pcs	120 pcs
21	Dhohir	140 pcs	80 pcs
22	Fauzan	120 pcs	100 pcs
23	Riyono	200 pcs	200 pcs
24	Tukimin	210 pcs	150 pcs
25	Kasmijan	280 pcs	
26	Kasdi	240 pcs	200 pcs
27	Dolah	90 pcs	120 pcs
28	Misdi	100 pcs	60 pcs

Lanjutan tabel 1.2

29	Hadi	30 pcs	150 pcs
30	Karnadi	210 pcs	120 pcs
31	Bisri	150 pcs	210 pcs
32	Mulyono	210 pcs	180 pcs
33	Wahyono	160 pcs	200 pcs
34	Mulyadi	140 pcs	120 pcs
<b>Total</b>		<b>5.750 pcs</b>	<b>4.860 pcs</b>

*Sumber : wawancara pemilik IKM Pande besi*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas yang menggambarkan hasil produksi dari beberapa IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo. Jumlah total penghasilan rata-rata per-18 agustus 2019 dari 34 pengusaha pande besi adalah 5.750 pcs. Pada minggu berikutnya mengalami penurunan sebanyak 890 pcs menjadi 4.860 pcs. Adanya perubahan volume penjualan tersebut menunjukkan bahwa tingkat persaingan dalam pande besi cukup ketat yang mengharuskan setiap IKM pande besi untuk meningkatkan hasil produksinya.

Menurut (Ferdinand, 2006) kinerja pemasaran merupakan faktor yang dapat dilihat sebagai pengukur dampak dari strategi yang telah diterapkan perusahaan. Strategi yang dilakukan perusahaan selalu diarahkan untuk meningkatkan kinerja pemasaran diantaranya volume penjualan, porsi pasar dan tingkat pertumbuhan penjualan.

Salah satu faktor penting dalam industri yang harus diperhatikan adalah membuat strategi yang dapat meningkatkan kinerja pemasarannya satunya melakukan inovasi produk (Permadi, 2000). Inovasi produk memiliki kedudukan penting sebagai sarana bertahan, bukan hanya dalam pertumbuhan menghadapi ketidak pastian lingkungan bisnis dan kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat, inovasi produk juga akan menciptakan berbagai desain produk sehingga akan menjadikan alternatif pilihan yang meningkat, meningkatkan manfaat atau nilai yang didapat oleh pelanggan, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen (Prajogo, 2001). Inovasi produk merupakan sebuah proses dalam membawa teknologi yang baru untuk menciptakan sebuah

produk yang memiliki ciri pembeda dengan produk yang lainnya (Lucas dan Farrel, 2000). Mengacu dalam devinisi tersebut IKM Pande besi yang berada di Kecamatan Bandar Kedungmulyo telah melakukan inovasi produk dengan melakukan perbaruan teknologi dan dengan menciptakan produk produk yang berkualitas dan memiliki keunggulan . Dari keadaan tersebut diketahui keunggulan bersaing yang dimiliki oleh IKM Pande Besi pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan yang diukur melalui volume penjualan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian sebelumnya dari (Hasanah, 2017) bahwa Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Namun dari penelitian tersebut, ada penelitian lain yang berbeda. Menurut (Mavondo, 2005) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Inovasi produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Selain inovasi produk, orientasi pasar juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai kinerja pemasaran. Menurut (Jaworski, J, & Kohli, 2000) Orientasi pasar sangat berpotensi meningkatkan kinerja pemasaran. Tidak hanya itu, orientasi pasar juga memberikan manfaat lain. Diantaranya psikologis dan sosial bagi para karyawan dengan berupa perasaan bangga dan *sense of belonging* yang lebih besar, serta meningkatkan komitmen organisasi yang lebih besar pula.

Selain inovasi produk, orientasi pasar yang baik dari Industri Kecil Menengah pande besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo akan cukup memberikan kontribusi terhadap kinerja pemasaran atau volume penjualan. Hal itu dikarenakan apabila hanya inovasi produk yang dilakukan tanpa mempertimbangkan apa yang menjadi keinginan atau kebutuhan konsumen maka inovasi yang dilakukan tidak berdampak pada kinerja pemasaran.

Uncles (2000) Orientasi pasar merupakan salah satu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan secara terus menerus guna menilai kebutuhan serta keinginan konsumen. Dalam menentukan keberhasilannya, perusahaan harus

bisa menjadikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang berfokus pada kebutuhan eksternal, keinginan serta permintaan pasar. Pernyataan tersebut diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya dari (Utaminingsih, 2016) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Perusahaan dapat menentukan keberhasilan apabila dapat memilih pasar targetnya dengan secara cermat dan mempersiapkan program pemasaran yang dirancang khusus untuk pasar tersebut. Selain itu perusahaan yang telah melakukan perencanaan dengan menggunakan strategi yang berorientasi pasar, maka perusahaan tersebut akan mencapai tujuannya sesuai dengan sumber daya dan keahlian yang dimilikinya. Strategi orientasi pasar bukan hanya membuat referensi pilihan menjadi nyata, tetapi juga menjadikan konsumen lebih potensial (Nur dkk, 2004 : 51).

Berdasarkan uraian diatas. Maka penulis mengkaji lebih dalam tentang pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan kinerja pemasaran. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Dimediasi Oleh Orientasi Pasar (Studi Pada Industri Kecil Menengah Pande Besi Di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang )”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari fenomena yang ada dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang ?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara Inovasi Produk terhadap Orientasi pasar pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang ?
3. Apakah orientasi pasar memberi pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang ?

4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk yang dimediasi oleh Orientasi pasar terhadap Kinerja pemasaran di IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang ?

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu pada inovasi produk, kinerja pemasaran dan orientasi pasar IKM Pande besi
2. Penelitian ini akan dilakukan di IKM Pande besi di Desa Pucang Simo dan Brodot Kecamatan Bandar kedungmulyo Kabupaten Jombang selama Juni-Agustus 2019.
3. Populasi adalah semua pemilik IKM Pande besi di Desa Pucang Simo dan Brodot Kecamatan Bandar kedungmulyo Kabupaten Jombang .
4. Tidak dipakainya indikator produk baru pada variabel Inovasi produk dikarenakan pada IKM Pande besi tidak memiliki produk yang baru.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Inovasi Produk terhadap Orientasi pasar pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara Inovasi Produk yang dimediasi oleh Orientasi pasar terhadap Kinerja pemasaran di IKM Pande Besi di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini maka akan didapat suatu manfaat baik bagi ilmu pengetahuan dan perusahaan tertentu yaitu :

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

1. Pengembangan ilmu bagi penulis dan menjadi tambahan masukan bagi ilmu manajemen.
2. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang berkepentingan untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Sebagai media untuk mempromosikan lembaga dan perusahaan karena penelitian ini berhubungan dengan masyarakat umum dan membawa nama lembaga.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan

Sebagai media untuk mempromosikan IKM Pande Besi yang berada di Kecamatan Bandar Kedungmulyo Kabupaten Jombang.