

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang semakin maju dan mudah ini mulai banyak orang yang berwirausaha dan menjadikan dirinya sebagai pengusaha. Semakin tinggi minat masyarakat dalam bidang bisnis, semakin pesat berkembangnya usaha kecil maupun besar serta semakin ketat pula persaingan yang terjadi. Hal ini di dukung juga dengan kecanggihan teknologi yang semakin pesat sehingga memudahkan sarana komunikasi dan informasi yang tak terbatas di manapun dan kapanpun juga bisa didapat. Kemudahan yang diperoleh dari era teknologi ini, mampu menumbuhkan wawasan bagi setiap orang untuk memulai hal baru yang positif. Meningkatkan minat *entrepreneur* dengan segala macam produk dan jasa yang mampu bernilai secara ekonomi dan bermanfaat bagi para konsumen tentunya (Utaminingsih, 2014). Persaingan antar pengusaha pun tidak terhindarkan dan semakin ketat dari waktu ke waktu yang menuntut para pengusaha untuk jeli dan berfikir lebih keras lagi untuk menentukan strategi yang sesuai dan mampu mempertahankan jalannya perputaran roda ekonomi suatu usaha.

Kemajuan teknologi yang semakin canggih merupakan faktor pendorong masyarakat untuk terjun dalam dunia bisnis. Daya beli yang tinggi serta gaya hidup merupakan pemicu masyarakat untuk menjadi pelaku bisnis yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan suatu *Brand*

baru (Utaminingsih, 2014). Semakin tinggi minat masyarakat dalam bidang bisnis, semakin pesat berkembangnya usaha kecil.

UMKM merupakan usaha yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian bangsa Indonesia dan mampu mengurangi nilai angka pengangguran dari penyerapan tenaga kerja yang tentunya meminimalisir tingkat kemiskinan (Utaminingsih, 2014). UMKM juga mempunyai peran dalam menyerap tenaga kerja. Hal ini menunjukkan sektor industri tas dan dompet di Kabupaten Jombang mempunyai peran dalam menyerap tenaga kerja yang akan berdampak positif terhadap naikknya taraf hidup masyarakat serta menurunkan jumlah nilai pengangguran. Hal positif ini harus tetap didukung dan didorong untuk maju demi kesejahteraan warga Jombang pada umumnya dan penggiat usaha serta masyarakat sekitar pada khususnya.

Salah satu UMKM yang tumbuh dan berkembang di Kab. Jombang yakni kerajinan, terdapat sekitar 36 usaha kerajinan yang terdiri dari berbagai usaha seperti kerajinan mebel, batik, manik-manik kaca, hingga tas dan dompet. Dari berbagai UMKM kerajinan yang terdapat di Kab. Jombang, kerajinan tas dan dompet merupakan salah satu kerajinan yang berkembang pesat dibandingkan dengan kerajinan lainnya.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM kerajinan Kabupaten Jombang

Bidang Usaha	Nilai Produksi	
	2017	2018
Anyaman Bambu	3.648.790.000	3.977.860.000
Anyaman Pandan	3.127.550.000	3.293.550.000
Batik	159.500.000	160.500.000

Cor Kuningan	3.025.000.000	3.125.000.000
Gerabah Tanah	546.130.000	566.250.000
Gibs	650.000.000	676.400.000
Jampel	225.000.000	243.000.000
Manik Kaca	3.532.500.000	4.311.370.000
Burci	275.000.000	290.000.000
Tas dan Dompet	2.748.000.000	3.997.150.000
Tasbih Biji Pisang	282.800.000	280.000.000
Pande Besi	1.979.950.000	2.158.150.000

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM, 2019

Dari tabel 1.1 dapat diamati bahwa UMKM kerajinan tas dan dompet memiliki perkembangan yang pesat dibandingkan dengan UMKM lain yang ada di Kabupaten Jombang. Nilai produksi UMKM kerajinan tas dan dompet Pada tahun 2018 Rp. 3.997.150.000. Usaha ini memiliki prospek yang cukup baik untuk berkembang dan berperan dalam peningkatan pendapatan, mengingat tas dan dompet merupakan salah satu produk unggulan Kabupaten Jombang.

Beberapa hal penting harus dimiliki oleh para pengusaha sebelum menentukan strategi dalam bisnisnya, salah satu strategi yang bisa diterapkan yaitu orientasi pasar dan keunggulan produk (Novitasari, dkk, 2014). Kedua hal tersebut merupakan aktivitas mendasar untuk menunjang kinerja UMKM semakin maju dan tumbuh pesat. Orientasi pasar dibutuhkan untuk menjawab dan merealisasikan kebutuhan yang beraneka ragam dari pihak konsumen seiring perkembangan zaman. Pengusaha harus mampu tanggap akan hal itu dan menjaga wilayah pasarnya, tetap dalam jangkauan serta berkomitmen untuk meningkatkan pelayanan, baik dari segi produk maupun segi jasa. Hal tersebut dapat meningkatkan

hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumennya. Meningkatkan nilai manfaat produk tersebut menjadikan citra perusahaan tidak semata-mata hanya mengejar laba namun juga menjadikan barang tersebut produk unggulan yang bermanfaat bagi konsumen sebagai pemuas kebutuhan.

Menurut Kotler (2008:68) orientasi pasar adalah konsep pemasaran, yang merupakan kebijakan/filosofi bisnis. Orientasi pasar adalah untuk memenuhi kebutuhan/keinginan konsumen agar lebih efektif serta efisien dari pada pesaing untuk memenuhi tujuan perusahaan (Slater, 1990). Sedangkan Uncles (2000) mengartikan orientasi pasar merupakan suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan atau pemuasan konsumen dengan memahami kebutuhan/keinginan konsumen. Penerapan orientasi pasar mampu meningkatkan kinerja bagi perusahaan tersebut.

Saat ini tidak sedikit UMKM tas dan dompet yang memiliki produk sama atau sejenis, hal ini mendorong UMKM tas dan dompet menciptakan nilai unggul dibanding yang lain. Keberhasilan perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan dan menumbuhkan nilai unggul dalam diri perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup di tengah sengitnya persaingan. UMKM tas dan dompet yang mempunyai nilai unggul seperti model dan jenis bahan tas dan dompet diyakini memiliki keistimewaan dan sukar ditiru sehingga perusahaan memungkinkan dapat mengungguli para pesaing.

UMKM tas dan dompet yang memiliki keunggulan bersaing yang baik selalu berkreasi dan berinovasi secara terus menerus karena mereka beranggapan bahwa nilai unggul pada produknya merupakan jangka pendek dan bisa menurun sewaktu waktu. Menurut Porter (2008) (dalam Sari dkk, 2014) bahwa keunggulan bersaing sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerja sama untuk berkompetisi lebih efektif dalam *market place*.

Beberapa faktor di atas merupakan strategi untuk menumbuhkan nilai kinerja pemasaran bagi setiap pelaku usaha. Kinerja perusahaan merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari setiap proses aktivitas secara menyeluruh pada suatu perusahaan.

Dari uraian di atas, melihat banyaknya perkembangan UMKM tas dan dompet yang saat ini berkembang semakin pesat seiring dengan semakin ketat pula persaingan yang terjadi, hal ini menjadikan peneliti tertarik melakukan penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan yang dimediasi oleh Keunggulan Bersaing (Studi kasus pada UMKM tas dan dompet di Kabupaten Jombang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar uraian yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang?
2. Apakah Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang?
4. Apakah keunggulan bersaing memediasi Orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan ini bermaksud agar penelitian ini dapat menjadi lebih terarah serta dengan dukungan data yang tersedia, maka ruang lingkup penelitian yaitu :

1. Tidak dilakukan pembahasan aspek lain selain yang berhubungan dengan orientasi pasar, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.
2. Waktu penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu selama bulan Mei 2019 sampai selesai.
3. Penelitian ini pada UMKM Tas dan Dompet di Kabupaten Jombang.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan memperhatikan masalah yang telah disajikan di atas maka dapat diuraikan tujuan dalam penelitian ini diantaranya

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM Tas dan Dompot di Kabupaten Jombang.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan bersaing UMKM Tas dan Dompot di Kabupaten Jombang.
3. Mengetahui dan menganalisis Keunggulan bersaing terhadap Kinerja UMKM Tas dan Dompot di Kabupaten Jombang.
4. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompot di Kabupaten Jombang yang dimediasi keunggulan bersaing.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan sabagai berikut:

1. Dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran berkaitan dengan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM Tas dan Dompot di Kabupaten Jombang yang dimediasi keunggulan bersaing.
2. Dapat memberikan informasi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh pelaku usaha untuk mengetahui sejauh mana tingkat kinerja UMKM.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai berikut:

1. Sebagai tolak ukur pemahaman dalam studi manajemen pemasaran selama perkuliahan.
2. Dapat memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dalam teori orientasi pasar, kinerja UMKM dan keunggulan bersaing.
3. Dapat memberikan sumbang sihnya terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.