

BAB I

PENDAHULUAN

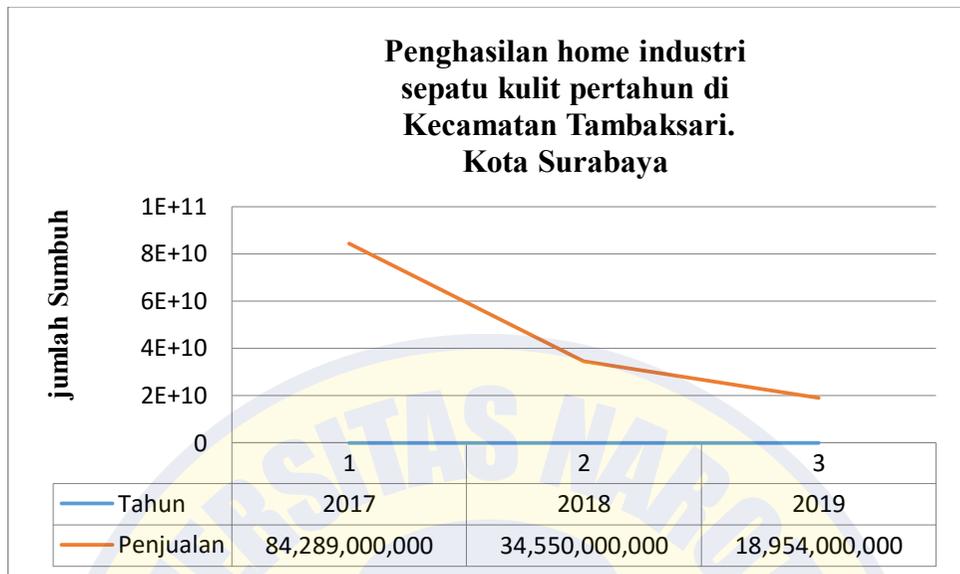
1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan penting guna untuk pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, bukan hanya khusus negara berkembang saja seperti Negara Indonesia akan tetapi buat negara maju juga. Berkembangnya bisnis mikro telah menjadi sumber kesempatan kerja dan penghasilan bagi masyarakat.

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini semakin bertambah pesat dengan adanya tingkat persaingan antar usaha sejenis yang semakin menjadi lebih ketat salah satunya adalah usaha pengerajin sepatu kulit yang saat ini lagi ngetren dan banyak bermunculan, hal ini yang mengakibatkan semakin banyak faktor-faktor yang bisa berdampak terhadap keberhasilan suatu bisnis. Dalam kondisi yang semakin meningkatnya persaingan antar usaha sejenis, maka perusahaan harus mampu bersaing merebutkan konsumen dengan cara memberikan orientasi kewirausahaan, inovasi produk, orientasi pelanggan yang bagus terhadap kinerja pemasaran dan keberlanjutan usaha. dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan agar dapat merancang strategi pemasaran supaya mampu menciptakan kepuasan bagi pelanggan yang lama maupun pelanggan yang baru. Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan maka perusahaan itu akan sukses dalam persaingan bisnis.

Home industri sepatu Kulit adalah sebuah pengerajin usaha sepatu kulit terbuat dari bahan baku kulit hewan yang menghasilkan berbagai macam produk sepatu yang terbuat dari kulit, pengerajin sepatun kulit ini memproduksi tidak mengenal usia dari yang tua sampai muda, hampir semua golongan memakai dan menikmati sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya, misalnya orang tua, remaja, dan anak-anak. Di era yang modern ini persaingan antar sejenis semakin ketat salah satunya usaha sepatu kulit yang saat ini sangat banyak bermunculan di berbagai kota hingga luar negeri, agar mampu bersaing dalam bisnis owner harus bisa merencanakan strategi pemasaran dan komitmen dalam tujuan untuk mengembangkan usahanya salah satunya dengan memberikan kualitas yang terjamin sehingga konsumen lebih tertarik untuk menciptakan kepuasan terhadap konsumen.

Kehadiran pengerajin sepatu kulit yang kian banyak bermunculan ini banyak menarik semua kalangan dari orang tua, anak muda, dan anak-anak. Sepatu kulit mulai terkenal karena adanya internet terutama di media social yang sangat mendorong pengerajin sepatu bekerja lebih maksimal dan mempunyai inovasi terbaru untuk model sepatu kulit. Hal ini pula yang dimanfaatkan oleh pengerajin sepatu kulit, dengan cara menawarkan berbagai model sepatu dari kalangan dewasa, remaja dan anak-anak yang sangat diminati dan dipakai oleh semua kalangan masyarakat baik yang muda ataupun para orangtua. Sehingga sehingga pengerajin sepatu kulit ini mempromosikan di media social dengan pengambilan beberapa contoh model sepatu kulit yang menarik dan unik, juga dibalut dengan kata-kata yang menarik sehingga banyak peminat untuk membelinya.



Gambar 1. 1: Grafik Perkembangan Penghasilan home industri sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya tahun 2017 s.d 2019
Sumber : Penulis, data diolah, 2020

Dari data diatas dapat diketahui bahwasannya UMKM home industri sepatu kulit di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya pada tahun 2018 mengalami penurunan. Kondisi ini secara teoritis dapat menurunkan minat UMKM atau UMKM untuk keberlanjutan usaha. Oleh sebab itu maka penulis tertarik untuk meneliti tentang kinerja pemasaran dan keberlanjutan usaha/bisnis keluarga dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kinerja pemasaran menurut Tjiptono (2008 : 239) kinerja pemasaran merupakan titik overspent dan underdelivered, karena sulitnya mengukurefektifitas dan efisiensi setiap aktivitas, keputusan atau program pemasaran. Kinerja pemasaran lebih obyektif dan terfokus pada profitabilitas dan produktivitas keputusan pemasaran. Dalam bisnis sepatu kulit kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk.

Orientasi kewirausahaan merupakan konstruk yang mengintegrasikan kewirausahaan dan manajemen strategik. Manajemen strategic menghendaki agar perusahaan memiliki dan mengeksploitasi keunggulan bersaing dalam kontek slingkungan tertentu, padasaat yang sama, kewirausahaan giat berusaha mencari keunggulan bersaing melalui produk, proses, dan inovasi pasar (Kuratko dan Audretsch, 2009). Menurut Risnawati dan Noermijati (2008), orientasi kewirausahaan merupakan orientasi strategi perusahaan dalam berwirausaha untuk memperoleh keunggulan kompetitif dengan indikator : pengambilan keputusan, praktek dan metode. Sedangkan penelitian yang dilakukan R. AJ. E. P. Apriliani O. D. (2018), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kineja pemasaran diterima. Artinya pengusaha yang mempunyai jiwa kewirausahaan akan selalu merancang strategi keunggulan dengan matang. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang

dilakukan oleh Neshamba (2013) menyatakan bahwa pemilik-pengelola usaha yang sukses mempunyai penekanan yang lebih tinggi terhadap strategi yang dirancangnya.

Menurut Rosenfeld dalam Sutarno (2012:132), inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Sedangkan menurut Mitra pada buku tersebut dan pada halaman yang sama, bahwa inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru atau dengan kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, keterampilan teknologis dan pengalaman untuk menciptakan produk, proses dan jasa baru. Sedangkan penelitian yang dilakukan Priatin, Djasuro surya, dan Indra suhendra (2017), Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan koefisien parameter sebesar 0,519, dipengaruhi oleh faktor lain diluar yang diteliti.

Orientasi pelanggan (konusmen) menurut Wahyudiono (2013) dapat dinyatakan melalui luasnya monitoring atas komitmen karyawan terhadap pelanggan atau mengembangkan strategi bersaing yang di dasarkan pada pemahaman atas kebutuhan serta pemahaman manajemen atas bagaimana bisnis dapat menciptakan customer value. Orientasi pelanggan menghasilkan sebuah logika yang lain yaitu sebagai hasil dari intensitas penggarapan kebijakan yang berorientasi pasar, perusahaan memiliki peluang untuk dapat membentuk persepsi pelanggan atas nilai-nilai yang dibangunnya dan nilai nilai yang dirasakan itu akan menghasilkan nilai kepuasan pelanggan (customer satisfaction). Sedangkan penelitian yang dilakukan Agesti Wulandari (2012), berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka penulis kemudian tertarik dengan fenomena bisnis sepatu kulit ini untuk dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK, ORIENTASI PELANGGAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN DAN KEBERLANJUTAN USAHA HOME INDUSTRI SEPATU KULIT DI KECAMATAN TAMBAKSARI, KOTA SURABAYA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang peneliti membut rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?
3. Apakah Orientasi Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?
4. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?
5. Apakah Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan usaha di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?
6. Apakah Orientasi Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?

7. Apakah Kinerja Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, kota Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
2. Menganalisa pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
3. Menganalisa pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
4. Menganalisa pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
5. Menganalisa pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberlanjutan usaha di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
6. Menganalisa pengaruh Orientasi Pelanggan terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.
7. Menganalisa pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Keberlanjutan Usaha di Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pihak yang berkepentingan anantara lain :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan atau referensi dan kajian bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut untuk bidang yang serupa.
2. Manfaat Praktis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan yang berkaitan dengan kinerja pemasaran dan keberlanjutan usaha.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan, tujuan dan manfaat maka penulis membatasi penelitian ini:

1. Penelitian hanya dilakukan pada home industri sepatu Kulit yang ada di UD. Berkat Jaya, Kec. Tambaksari, Surabaya.
2. Variabel yang diteliti hanya Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Orientasi Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran dan Keberlanjutan Usaha di UD. Berkat Jaya, Kec. Tambaksari, Surabaya. Apabila terdapat variabel bebas lain yang digunakan untuk mengukur Kinerja Pemasaran dan Keberlanjutan Usaha maka variabel tersebut tidak dibahas dalam penelitian ini.