

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Meningkatnya atau menurunnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya keterlibatan UMKM. Sesuai dengan UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, pemberdayaan UMKM perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan. UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. UMKM merupakan kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga atau perorangan (Purba, 2019).

UMKM sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia memiliki peran yang signifikan diantaranya adalah memiliki kontribusi besar terhadap PDB. Selain itu juga UMKM dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar. UMKM di Indonesia tersebar dari perkotaan hingga pedesaan bahkan hingga daerah pelosok terpencil. UMKM tergolong sangat padat karya sehingga mempunyai potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang besar dan dapat meningkatkan pendapatan. UMKM merupakan usaha kecil yang menjadi sarana bantuan untuk meningkatkan perekonomian bangsa (Jessica, 2019).

UMKM di Indonesia dapat ditinjau dari beberapa aspek antara lain seperti

permodalan, skala usaha, macam usaha, tingkat Pendidikan pengusaha maupun karyawan. UMKM merupakan salah satu penggerak roda perekonomian suatu rakyat yang tangguh karena UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara khususnya Indonesia (Nurhikmah, 2019).

Semakin berkembangnya bidang usaha pasti akan banyak sekali usaha yang sejenis lainnya yang bermunculan. Fenomena ini terjadi pada beberapa industri. Salah satunya pada industri bidang kerajinan yang memiliki persaingan usaha yang semakin kompetitif. Seperti yang dikemukakan oleh Presiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo pada tahun 2021, bahwa industri kreatif memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian Indonesia dikarenakan total ekspor dari industri kerajinan dan industri kreatif semakin meningkat hingga mencapai nilai Rp.852 Triliun.

Jepara merupakan daerah yang penduduknya banyak menjadi wirausahawan. Banyak masyarakat yang mengembangkan berbagai macam industry kreatif. Jepara disebut juga sebagai kota ukir karena setiap kecamatan sampai setiap Desa di Kabupaten Jepara terdapat usaha kerajinan – kerajinan yang beraneka ragam. Seperti ukiran, mebel, genteng, batu bata, tenun, konveksi, sentra roti, mainan anak tradisional, parcel bambu, kerajinan rotan dan masih banyak lagi. Dengan adanya industri kerajinan di berbagai desa tersebut dapat membantu perekonomian warga di Jepara. Meskipun beraneka ragam industri kerajinan di Kabupaten Jepara, namun belum sepenuhnya para pelaku usaha dapat mengembangkan usaha tersebut. Masih banyak pelaku usaha yang belum

maksimal dalam mengembangkan usahanya sehingga berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah belum siapnya suatu industri kerajinan dalam menerapkan sistem manajemen yang baik sehingga dapat mempengaruhi pemasaran dan juga tentunya pendapatan. Kerajinan rotan di jepara merupakan salah satu bentuk kreativitas masyarakat yang berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Kerajinan ini sudah ada sejak tahun 1972 dan berkembang sampai saat ini dan menjadi produk unggulan suatu daerah.

Telukwetan merupakan sebuah desa di Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara yang mayoritas masyarakatnya mengembangkan industri yaitu kerajinan rotan yang sebagai salah satu bentuk kreativitas masyarakat desa tersebut. Di Desa Telukwetan ini, sentra kerajinan rotan diproduksi berbagai produk olahan kerajinan rotan dan furniture rotan. Kerajinan rotan Jepara merupakan salah satu produk unggulan yang berbahan baku rotan.

Eksistensi dan perkembangan kerajinan rotan di Jepara juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor faktor keluarga karena pengusaha jenis ini biasanya meneruskan usaha keluarga, faktor lingkungan tempat tinggal yang merupakan sentra industri kerajinan rotan, sehingga dapat mendorong individu dalam mendirikan usaha baru kerajinan rotan serta faktor memenuhi kebutuhan ekonomi.

Industri kerajinan rotan tentunya membawa dampak yang cukup besar terhadap warga di Desa Telukwetan. Dampak tersebut diantaranya: 1. Meningkatkan kreativitas generasi muda, 2. Mengembangkan jiwa berwirausaha untuk generasi

mendatang, 3. Memberikan peluang kerja bagi masyarakat DesaTelukwetan, 4. Perekonomian daerah semakin sejahtera. Sebagian besar masyarakat Desa Telukwetan menjadikan usaha kerajinan rotan sebagai pekerjaan sehari-hari untuk menopang kehidupannya.

Industri kerajinan rotan di Desa Telukwetan memproduksi produk perabotan rumah tangga seperti kursi, meja, almari, buffet, keranjang, vas bunga, tempat tissue, tas hingga parcel buah. UMKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan sudah menembus beberapa pasar di Indonesia maupun luar negeri. Dengan jiwa kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat setempat serta kegigihannya sehingga dapat menghasilkan produk yang menarik dan unik dengan sentuhan anyaman rotan yang khas yang menjadikan daya tarik bagi konsumen. Produk dari kerajinan rotan memiliki harga yang sangat bervariasi yang berkisar dari harga Rp700.000,00 hingga belasan juta rupiah tergantung tingkat kerumitan dan bahan baku dasar. Segmen pemasaran industri kerajinan rotan adalah dari kecil hingga dewasa.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industri rotan ini diantaranya dilihat dari strategi dan inovasi. Dari segi strategi, keberadaan dari paguyuban sentra industri dan model pengembangan kluster mendorong desiminasi dan menciptakan inovasi produk – produk baru, kualitas dan harga produk yang kompetitif, serta pemasaran online. Sedangkan dari segi inovasi, selain penggunaan bahan baku utama berupa rotan alam juga menggunakan bahan rotan sintetis, enceng gondok, debog, tali sepatu, kertas, aluminium dan besi. Dari berbagai bahan baku tersebut dapat menghasilkan berbagai macam

produk kerajinan yang bernilai tinggi sehingga mampu bersaing di pasar Internasional.

Namun dalam pengembangannya, industri kerajinan rotan mengalami permasalahan sehingga mengalami pasang surut dalam pemasarannya, diantaranya: 1) kurangnya keberanian dalam mengambil resiko yang kemungkinan terjadi pada sebuah usaha; 2) pengusaha kurangnya memahami pelanggan dan pesaing; 3) pemanfaatan teknologi yang masih rendah sehingga akses pasar tidak luas; 4) sumber daya manusia berkurang karena banyak orang memilih bekerja di pabrik; 5) desain produk yang masih stagnan; 6) banyaknya pengusaha yang belum menerapkan sistem manajemen yang baik; 7) masih banyak pengusaha yang memasarkan produknya dengan menawarkan hanya kepada pelanggan lama dan tetap. Sehingga tidak terjadi pemasaran secara luas. Beberapa masalah yang sudah dipaparkan akan berpengaruh cepat atau lambat terhadap UMKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan.

Gambar 1.1



Agar dalam berwirausaha dapat terus tumbuh dan berkembang, setiap pengusaha dituntut agar dapat berinovasi menciptakan produk– produk baru. Inovasi secara terus menerus dan menggunakan strategi bauran pemasaran serta strategi yang di butuhkan dalam menjalankan bisnis UMKM. Kondisi seperti ini harus dihadapi oleh pelaku usaha agar eksistensi usaha terus bertahan dengan menciptakan produk baru untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen yang selalu berubah – ubah. Permintaan konsumen yang berubah –ubah tentu menjadi tantangan sendiri bagi setiap pengusaha untuk dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar. Pengertian inovasi produk merupakan sebuah perusahaan yang menciptakan produk baru secara terus menerus mengikuti permintaan pasar dan waktu yang diperlukan tidak sebentar karena prosesnya tidak mudah mulai dari menetapkan keputusan yang akan diambil, mencari ide baru tentunya ide tersebut harus kreatif dan menarik, kemudian diaplikasikan agar menjadi produk sesuai yang diinginkan oleh konsumen (Amir, 2018).

Kinerja pemasaran sangat berarti dalam kinerja suatu perusahaan karena dapat memiliki peran dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu keunggulan kompetitif, antara lain keunggulan bersaing dalam hal pangsa pasar, pertumbuhan penjualan, mempertahankan dan meningkatkan pelanggan, serta menciptakan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen mengalami kepuasan dan akan memberikan umpan balik yaitu loyalitas sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Untuk mencapai hal tersebut, yaitu dengan cara mencapai keunggulan dan tujuan perusahaan melalui kinerja pemasaran yang terdapat banyak strategi, diantaranya dalam hal kemampuan

mengindera pasar dan kemampuan manajemen merek dalam strategi penjualan relasional.

Kinerja pemasaran adalah sebuah ukuran keberhasilan yang mampu dicapai perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar (Mulyani, 2019). Kinerja pemasaran adalah sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur prestasi perusahaan dalam pasar terhadap suatu produk (Nasution, 2019). Kinerja pemasaran merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengetahui kebutuhan, memenuhi kebutuhan dan selera konsumen (Rodriguez, & Morant 2019). Kinerja pemasaran merupakan prestasi yang dicapai oleh organisasi yang dilihat dari hasil kerja pemasarannya (Maslucha & Sanaji, 2018). Kinerja pemasaran adalah konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar (Lestari, 2019). Kinerja adalah proses dan hasil kerja atas kemampuan untuk mengelola sumberdaya (Setyawati, 2018). Kinerja dapat diukur melalui kinerja objektif dan subjektif melalui persepsi. Pengusaha telah menghadapi tantangan yang sulit untuk mencapai kinerja bisnis yang baik serta memimpin dalam persaingan (Leon dan Uncles, 2010). Berdasarkan hal tersebut banyak peneliti dan perusahaan yang menyatakan bahwa tingginya orientasi pasar yang diterapkan oleh sebuah usaha akan meningkatkan kinerja pemasarannya. Mempertahankan pelanggan dapat diperoleh dengan memberikan nilai atau manfaat lebih suatu produk kepada konsumen, sehingga pelanggan akan merasa puas dan melakukan pembelian ulang atau yang disebut dengan reaksi pelanggan (Farida, 2019).

Inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang

digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain (Myers & Marquis dalam Kotler & Keller, 2019). Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan pembelian, dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan perusahaan (Tamamudin, 2020). Dimensi dari inovasi produk diantaranya yaitu produk baru bagi dunia, perbaikan produk yang sudah ada, lini produk baru, serta tambahan pada lini produk yang telah ada (Kotler & Keller, 2019). Orientasi mencakup pengumpulan, penyebaran dan tanggapan atas intelijen pasar yang tercermin pada orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan mekanisme koordinasi dalam menciptakan nilai pelanggan (Sari, 2018). Oleh karena itu pelaku usaha harus mampu menganalisis kebutuhan dan keinginan pelanggannya untuk mencapai keunggulan bersaing serta harus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya.

Orientasi pasar harus menekankan pentingnya analisis kebutuhan dan keinginan target pasar secara efisien dan efektif dibandingkan dengan persaingan dalam usaha untuk mencapai keunggulan bersaing. Orientasi pasar dapat dilihat dari tiga komponen utama yaitu orientasi pada konsumen, orientasi kepada pesaing dan koordinasi antar fungsi, untuk konsep ini memfokuskan informasi pasar kepada konsumen dan pesaing (Nerver dan Slater, 2019).

Orientasi kewirausahaan secara umum yaitu melakukan pengenalan terhadap peluang dan selanjutnya diaplikasikan (Montho, 2021). Tidak semua orang mempunyai kapabilitas kewirausahaan, hanya orang-orang yang memiliki jiwa kewirausahaan yang dapat mendirikan dan mengelola usaha secara

profesional (Echdar, 2018). Orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik (Covin dan Slevin, 2019).

Penelitian yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Mebel Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara yang dilakukan oleh Zuliasanti, Rusdiarti dan Sakitri (2020). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah pengusaha mampu memahami dan mengerti benar keinginan konsumen.

Penelitian Nursinggih & Farida (2019) yang berjudul pengaruh orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

Penelitian Priatin et al (2021) yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

Penelitian Wirawam (2021) yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran menunjukkan hasil orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Berbeda dengan penelitian Aulia et al., (2019) yang berjudul Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian Sulaeman (2018) yang berjudul Pengaruh Orientasi

Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Penelitian menurut Asashi & Sukaatmadja (2021) yang berjudul Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran menunjukkan inovasi produk berpengaruh positif memediasi terhadap kinerja pemasaran. Berbeda dengan penelitian Mumtazah & Wati (2022) yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh negatif terhadap kinerja pemasaran.

Oleh sebab itu, penting bagi UMKM memiliki orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta kinerja pemasaran sehingga UMKM mampu menghadapi persaingan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Pada UMKM Kerajinan Rotan Di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

1.2. Ruang Lingkup

- a. Objek penelitian ini dilakukan pada UMKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.
- b. Variabel Eksogen dalam penelitian ini adalah yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Orientasi Pasar.
- c. Variabel Endogen dalam penelitian ini adalah yaitu Inovasi Produk (Y1) dan Kinerja Pemasaran (Y2).
- d. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer

yang diperoleh dari menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pengusaha kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara. Sedangkan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data melalui perantara.

- e. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dari populasi dengan rumus Isaac Newton.
- f. Penelitian ini jangka waktu penelitian dilaksanakan selama 3 bulan pada bulan Mei – Juli setelah proposal disetujui.

1.3. Rumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul pada UMKM Kerajinan Rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara antara lain sebagai berikut.

- a. **Orientasi Kewirausahaan**

Pengusaha kerajinan rotan di Desa Telukwetan kurang berani mengambil peluang dan resiko dalam melakukan pemasaran produknya. Seperti para pelaku usaha dalam melakukan inovasi masih rendah. Mereka takut jika sudah memulai mengelola usaha dengan melakukan inovasi salah satunya inovasi produk mereka takut tidak laku atau diminati konsumen. Selain itu, pengusaha kerajinan rotan juga masih takut untuk melakukan pemasaran online karena terkendala dengan biaya ongkos kirim.

- b. **Orientasi Pasar**

Pengusaha kerajinan rotan dalam memasarkan produknya kurang memahami pelanggan dan pesaing. Mereka kurang mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan potensial pada saat ini dan masa yang akan datang. Selain itu, kebanyakan hanya memasarkan produk kepada pelanggan tetap sehingga tidak terjadi pemasaran produk yang luas. Hal ini sangat berpengaruh pada eksistensi kerajinan rotan tersebut. Pengusaha kerajinan rotan masih bertahan dengan bentuk produk yang lama. Pengusaha hanya mengikuti keinginan pelanggan lama saja.

c. Inovasi Produk

Produk kerajinan rotan di Desa Telukwetan saat ini memang sudah beranekaragam. Akan tetapi, beberapa pengusaha kerajinan rotan masih banyak yang stuck pada model lama. Para pengusaha masih takut untuk berinovasi menciptakan produk-produk baru karena mereka takut kalau tidak laku. Pengusaha kerajinan rotan seperti parcel rotan, mereka masih terus membuat bentuk parcel yang oval, padahal di era modern seperti sekarang ini banyak model baru yang beraneka ragam seperti love, bintang, dll.

d. Kinerja Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha kerajinan rotan di Desa Telukwetan belum menerapkan sistem manajemen yang baik. Sehingga tidak adanya pengukuran terkait dampak strategi – strategi dan orientasi yang diterapkan oleh

perusahaan. Seperti dalam menerapkan masalah kedisiplinan waktu pengerjaan produk agar produk sampai ke pelanggan tidak terlambat.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- a. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk pada UKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara?
- b. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada UKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara?
- c. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara?
- d. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara?
- e. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.
- b. Mengalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk kerajinan rotan di Desa Telukweta Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.
- c. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.
- d. Menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.
- e. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran kerajinan rotan di Desa Telukwetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan penulis agar dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan yang bersangkutan, adapun manfaat penelitian sebagai berikut.

a. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat dan pendalaman akan pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk, kinerja pemasaran. Disamping itu, riset ini dimaksudkan bisa dijadikan referensi oleh pihak lain yang mempunyai keinginan melaksanakan penelitian yang serupa.

b. Manfaat Praktis

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta memperluas ilmu dalam hal yang berkaitan tentang kewirausahaan.