

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan suatu teknologi kini berkembang sangat pesat, terlebih dalam hal kebutuhan pelanggan, dan *trend* produk menyebabkan permasalahan yang serius bagi dunia usaha. Perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Hal tersebut juga berlaku pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki peran strategis dalam kegiatan pembangunan ekonomi nasional.

UMKM atau yang sering disebut dengan usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan dan mendorong perekonomian suatu negara. UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Di Indonesia, UMKM berkembang begitu cepat dan menjadi sistem pendukung dalam perekonomian nasional. (Manahera, 2018).

Seperti halnya pada perkembangan Batik di Indonesia, Batik merupakan salah satu peninggalan nenek moyang atau leluhur masyarakat Jawa, Peninggalan ini sendiri sudah mendapatkan pengakuan dari UNESCO secara resmi di Abu Dhabi sebagai salah satu warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi pada bulan September 2009 yang lalu. Dari segi teknis, Batik Indonesia dinilai penuh dengan simbol, dan budaya yang berkaitan erat dengan masyarakat di dalamnya. Dengan demikian, Batik asli dari Indonesia tidak akan bisa diklaim oleh negara manapun. Batik Indonesia sendiri sudah populer di

seluruh penjuru mancanegara. Tidak hanya terkenal di kalangan orang Jawa, Batik juga sudah akrab dengan semua orang nusantara. Baju bermotif Batik juga tidak hanya dikenakan oleh orang Jawa.

Saat ini batik sudah dianggap sebagai pakaian resmi yang kerap digunakan dalam acara formal. Tidak hanya itu, selain digunakan orang berkepentingan, anak-anak muda juga sudah banyak yang bangga mengenakan baju batik. Keberadaan kegiatan Batik tertua berasal dari Ponorogo yang masih bernama Wengker sebelum abad ke 7, Kerajaan di Jawa Tengah belajar batik dari Ponorogo. Karena itu, Batik-Batik Ponorogo agak mirip dengan Batik yang beredar di Jawa Tengah, hanya saja batik ponorogo Batik yang dihasilkan rata-rata berwarna hitam pekat atau biasa disebut Batik irengan karena yang dekat dengan unsur-unsur magis, sehingga dikembangkan oleh kerajaan - kearaan di Jawa Tengah. Di kerajaan Majapahit, Bangsawan Wengker menempati keraton Wengker dekat istana Wilwatikta Majapahit, Sehingga pengaruh Batik Wengker dikembangkan pula oleh Kerajaan. Pada abad 15 di desa Mirah, Joko Lancur anak dari lurah Golan memasuki rumah lurah Mirah ketika mencari Ayam Jagonya, terlihat Dewi Amirah sedang membatik. eksistensi Batik Ponorogo hingga abad 20 merupakan surga bagi para pembatik, karena produksi Batik di Ponorogo melampaui industri Batik di Jawa Tengah maupun Yogyakarta yang kemudian diambil oleh pengepul Batik dari Surakarta, Yogyakarta dan Pekalongan, selain itu upah pembatik di Ponorogo tertinggi di Pulau Jawa. Masyarakat Indonesia mulai mengembangkan Batik di tiap wilayah, yang mengakibatkan banyaknya ragam kesenian inovasi Batik dan menjadi ciri khas

tersendiri di suatu wilayah tersebut. Seperti halnya pada Kabupaten Jepara, Kabupaten Jepara memiliki batik khas tersendiri seperti halnya batik Troso yang kerap kali kita dengar. Tenun ikat troso atau kain ikat troso adalah kriya tenun Jepara tepatnya dari Desa Troso. Tenun ikat troso berupa kain yang ditunen dari helaian benang pakan atau benang lungsin yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami. Alat tenun yang dipakai adalah alat tenun tradisional yang dijalankan dengan manual bukan mesin. Berikut ini merupakan daftar UMKM batik Troso yang masih memproduksi sampai sekarang:

**Tabel 1. 1**

**Data Batik Troso Kabupaten Jepara**

No	Nama UMKM	Alamat	Volume Produksi (Dalam Helai kain)				
			2020	2021	2022	2023	2024
1	Tenun Mitra Warna	Troso, Pecangaan, Jepara	3900	3800	3750	3550	2500
2	Tenun Sekar Langit	Troso, Pecangaan, Jepara	41500	4100	4000	3850	3000
3	Produksi Tenun Ikat	Troso, Pecangaan, Jepara	3500	34500	3350	3000	2400
4	Fata Etnic Tenun	Troso, Pecangaan, Jepara	4100	3800	3700	3500	2700
5	Anfatenun	Troso, Pecangaan, Jepara	4500	4250	4200	4000	3500

No	Nama UMKM	Alamat	Volume Produksi (Dalam Helai kain)				
			2020	2021	2022	2023	2024
6	Dua Asri Kain Tenun	Troso, Pecangaan, Jepara	4500	3900	3500	3300	2600
7	Larissa	Troso, Pecangaan, Jepara	4900	3850	3600	3450	2200
8	Dewi Sinta Tenun	Troso, Pecangaan, Jepara	4500	4300	3900	3900	2900
9	Stilir Batik	Troso, Pecangaan, Jepara	4000	4100	4050	3900	2000
10	Hasna Batik	Troso, Pecangaan, Jepara	4200	3950	3700	3300	2100

Sumber: [satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id](http://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id) dan wawancara narasumber tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat 10 usaha mikro, kecil dan menengah tenun dan batik di Jepara selama tahun 2022 yang diambil sampel oleh peneliti yang masih aktif memproduksi tenun dan batik troso khas Jepara mengalami penurunan produksi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Keberhasilan perusahaan untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuan memiliki strategi ataupun pemikiran yang inovatif dengan melihat kreativitas pemasaran, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, juga *digital marketing* yang berkembang. Dari sinilah UMKM Batik Kabupaten Jepara terlebih Batik Troso harus mampu menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi agar tetap bertahan karena Batik Troso merupakan ciri khas

Kabupaten Jeparadan UMKM Batik Troso perlu terus didorong agar memiliki daya saing yang kuat. UMKM dengan keunggulan akan mampu bertahan di pasar, menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Inovasi produk dapat dijadikan strategi dalam menciptakan keunggulan bersaing, karena pelanggan biasanya akan menginginkan produk yang inovatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Rynaldo, 2021). Perusahaan dengan kemampuan inovasi yang tinggi akan lebih berhasil dalam merespon lingkungan dan mengembangkan kemampuan baru yang mengarah pada keunggulan kompetitif dan kinerja yang unggul. Orientasi kewirausahaan dapat berjalan dengan didukung adanya pasar atau melihatorientasi pasar dari usaha yang akan dijalankan (Rivanda, 2022).

Dalam penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Numat (2022) kreativitas pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2021) kreativitas pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin patung garuda wisnu kencana di Desa Pakudui Kabupaten Gianyar.

Penelitian yang dilakukan oleh Manahera (2018) Inovasi Produk berpengaruh negatif terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM nasi kuning di Manado. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tesa dan Putu Gede (2017) inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Farida (2020) orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja

pemasaran UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Er dan Mukti (2023) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2020) digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran Perbankan Syariah. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudirjo (2023) yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pemasaran pada UMKM di Jawa Barat.

Peneliti merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian, mengingat bahwa setiap UMKM harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat mendominasi dalam persaingan bisnis yang semakin ketatnya stagnasi dalam bisnis. Para pemilik UMKM Batik Troso harus mampu mengidentifikasi apa yang konsumen inginkan dan memanfaatkan semua peluang tercipta. Para pemilik UMKM harus belajar bagaimana menciptakan keunggulan dan secara bersamaan juga harus mampu mengidentifikasi peluang kewirausahaan yang baru. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara”**.

## 1.2 Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut:

- a. Variabel yang mempengaruhi Kinerja Pemasaran Batik Troso Jepara dengan Variabel yang mempengaruhinya adalah Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan Digital Marketing.
- b. Objek Penelitian UMKM Batik Troso Kecamatan Pecangaan Jepara
- c. Responden pada penelitian ini merupakan para pelaku usaha UMKM Batik Troso Kecamatan Pecangaan Jepara.
- d. Penelitian ini di lakukan 1 bulan setelah seminar proposal.

## 1.3 Rumusan Masalah

1. Berdasarkan data pada tabel 1.1, diketahui bahwa jumlah volume produksi UMKM Batik Troso di Kabupaten Jepara mengalami penurunan jumlah produksi dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu pada tahun 2020-2024.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kreativitas Pemasaran berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara?
- b. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara?
- c. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara?
- d. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara?

- e. Apakah Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan dan *Digital Marketing* berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil dari perumusan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Menguji pengaruh Kreativitas Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara
- b. Menguji pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara.
- c. Menguji pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara
- d. Menguji pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara.
- e. Menguji pengaruh Kreativitas Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan dan *Digital Marketing* secara simultan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan, Jepara.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat bagi kalangan akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai Kreativitas

Pemasaran, Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan strategi bisnis.

b. Manfaat Praktis

1. Manfaat bagi perusahaan

Sebagai penelitian yang bersifat empiris, diharapkan berguna bagi perusahaan, untuk memberikan suatu pemahaman dan pemikiran bagi UMKM khususnya dalam hal ini adalah UMKM Batik Troso di Kecamatan Pecangaan Jepara untuk dapat menerapkan strategi apa yang tepat untuk tetap bertahan di persaingan bisnis yang semakin ketat dan memiliki keunggulan bersaing agar tetap unggul dari para pesaingnya.

2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau pikiran yang dijadikan dasar penelitian sejenis.