

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan masa yang sangat cepat dan modern semakin mendorong berbagai jenis perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti perdagangan, cara bertransaksi, dan sistem pemasaran. Oleh karena itu para pengusaha atau pemilik perusahaan harus pintar dalam memasarkan produk. Tidak hanya sebatas itu saja. Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi juga sangat berpengaruh terhadap daya saing di setiap produk yang dibuat. Dengan majunya zaman maka siapa yang cepat mendapatkan informasi akan menang dalam melakukan persaingan. Dengan begitu kompleksnya persaingan pada saat ini. Pihak pemasaran harus memiliki cara yang bagus untuk memasarkan agar perusahaan mereka dapat bersaing dan bertahan. Bukan hal mudah sekarang bagi IKM (Industri Kecil dan Menengah) dalam memasarkan produknya hingga dapat diterima oleh konsumen. Maka dari itu pihak IKM harus meningkatkan kinerja pemasaran. Adapun cara yang dapat dilakukan oleh pemilik IKM agar dapat meningkatkan kinerjanya yaitu dengan menerapkan orientasi kewirausahaan, dan strategi bisnis yang baik.

Penelitian ini Orientasi kewirausahaan akan diaplikasikan sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang mempunyai lingkungan yang penuh tidak kepastian (seperti pesaing, pelanggan, dan supplier). Karena dalam IKM

pesaing sangat banyak dan kita harus memiliki strategi bisnis yang bagus agar usaha kita dapat unggul dalam bersaing.

Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan inovatif yang digunakan sebagai dasar dan sumber daya untuk menciptakan peluang untuk sukses. Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Weerawerdeena, 2003). Kewirausahaan salah satu cara yang sangat mempengaruhi usaha dalam mencari peluang dalam dunia usaha.

Sedangkan Definisi Strategi Bisnis menurut Hubies dan Najib (2014:84) mengemukakan bahwa Strategi Bisnis adalah sekumpulan komitmen dan tindakan perusahaan yang terpadu dan terkoordinasi yang digunakan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan mengeksploitasi kompetensi inti dalam pasar produk yang spesifik.

Salah satu organisasi yang ada di Kabupaten Jombang adalah “ APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang)”, merupakan sebuah organisasi dimana ada perkumpulan para pengusaha di Jombang. Bapak Hafidz berasal dari Ds. Keplak sari selaku ketua dari APKJ dan Bapak husnul yakin dari Ds. Mojowarno selaku wakil ketua APKJ. Asosiasi pengusaha kerajinan jombang memiliki 65 orang anggota. Berikut daftar anggota APKJ.

Tabel 1.1
Daftar anggota APKJ

No.	Jenis Usaha	Jumlah Anggota
1.	Kerajinan tas dan Bunga Kering	12 Orang
2.	Modes Batik	14 Orang
3.	Assesoris dan Manik-manik	14 Orang
4.	Kaligrafi dan Meubel	12 Orang
5.	Bunga Kering	12 Orang
6.	Oleh-oleh khas Jombang	1 Orang
Jumlah		65 Orang

(Sumber : Wakil APKJ)

Dari 65 anggota APKJ peneliti melakukan pra observasi terhadap 5 orang. Dari pengalaman yang mereka miliki yang ditunjang dengan strategi bisnis mereka setelah mengikuti APKJ penjualan mereka mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Tabel 1.2
Observasi dari anggota APKJ

No	Nama Pemilik	Jenis usaha	Hasil
1.	Ike Norawati (Diwek)	Crafter	Naik
2.	Husnul yaqin (Mojowarno)	Meubel	Naik
3.	Suloso (Gudo)	Manik-manik	Naik
4.	Sugiyono (Jatipelem)	Modes batik tulis	Naik
5.	Suri enggarwati (jombang)	Bunga kering	Naik

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang. Memiliki anggota dimana anggota tersebut bisa melakukan kinerja pemasaran dengan baik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk masing-masing. Kenapa bisa meningkat karena ada komunitas APKJ tempat untuk sharing berbagi pendapat sesama pengusaha. Dengan adanya APKJ para pengusaha lebih mudah untuk memasarkan produknya. APKJ sering mengadakan event-event atau job fair untuk para pengusaha yang ada di jombang.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Pemasaran”** Studi pada APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang).

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran ?
2. Apakah Strategi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran ?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Pemasaran

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah yang digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok masalah agar peneliti tersebut lebih terarah dan memudahkan pembahasan. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 65 anggota asosiasi pengusaha kerajinan jombang.
2. Indikator yang digunakan orientasi kewirausahaan, strategi bisnis dan kinerja pemasaran.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Akademis

Dapat memberi wawasan dan pengetahuan kepada peneliti untuk menerapkan teori-teori yang sudah didapat dan dapat menerapkan dalam dunia bisnis.

1.5.2 Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumber informasi kepada pengusaha kerajinan yang ada di jombang untuk menerapkan teori-teori orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis terhadap kinerja pemasaran dan dapat menerapkan dalam dunia bisnis.