

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini persaingan perusahaan semakin ketat untuk merebutkan pasar, serta konsumen yang cukup selektif dalam memilih produk, serta didukung teknologi yang cukup canggih ini, sehingga pemasar dapat dikatakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Dengan tingginya persaingan produk serupa maupun tidak serupa membuat perusahaan harus dapat mengikuti dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin obsesi. (Bakti & Harun, 2011)

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang (Tohar, 2000). Industri Keci merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi, setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya. Tenaga kerja yang dimiliki oleh industri kecil adalah sebanyak 5 hingga 19 orang. Sedangkan industri menengah memiliki tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang (BPS, 2012)

Menurut Dhewanto, (2015) inovasi produk merupakan kegiatan menghasilkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk dari produk yang sudah ada sebelumnya. (Suroso, 2007) berpendapat bahwa inovasi

produk akan memberikan tambah nilai pada produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Orientasi pasar merupakan hal yang penting bagi perusahaan seiring meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam keinginan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. Orientasi pasar merupakan strategi bisnis dimana organisasi mempunyai kewajiban untuk terus berkarya dan berinovasi dalam menghasilkan nilai unggul (*superior value*) bagi pelanggan. (Bakti & Harun, 2011)

Di Kabupaten Jombang mempunyai salah satu organisasi yang bernama “APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang)”, merupakan organisasi perkumpulan para pengusaha yang ada di Kabupaten Jombang, salah satu ketua dari APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) yakni Bapak Hafidz yang berasal dari Ds. Keplak sari dan Bapak Husnul Yaqin selaku wakil ketua APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) yang berasal dari Ds. Mojowarno. Ibu Nur Faizah selaku Sekertaris APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) yang berasal dari Ds. Gayam. Assosiasi pengusaha kerajinan Jombang mempunyai anggota sejumlah 65 orang, berikut daftar anggota dari APKJ Assosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang. (Hafidz, 2020)

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	Kerajinan fiberglas	1 orang
	Jumlah	65 orang

(Sumber : Sekretaris APKJ, 2020)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dari 65 anggota APKJ peneliti melakukan pra observasi terhadap 5 orang. Dari pengalaman yang mereka miiki yang di tunjang dengan Inovasi Produk dan Orientasi Pasar mereka setelah mengikuti APKJ (Assosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) penjualan mereka mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Tabel 1.2
Observasi dari anggota APKJ.

NO	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Hasil Tahun 2018	Hasil Tahun 2019
1.	Ike Norawati (Diwek)	Crafter	Rp. 60.000.000	Rp 78.000.000
2.	Husnul Yaqin (Mojowarno)	Home Decoration	Rp. 90.000.000	Rp. 108.000.000
3.	Suloso (Gudo)	Manik-manik	Rp. 72.000.000	Rp. 90.000.000
4.	Sugiyono (Jati Pelem)	Modes batik tulis	Rp. 84.000.000	Rp. 96.000.000
5.	Nur Faizah (Mojowarno)	Meubel	Rp.96.000.000	Rp. 120.000.000

(Sumber : Anggota APKJ 2020)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas yang menggambarkan bahwa pendapatan dari anggota APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) dari tahun 2018 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan yang cukup baik, hal tersebut seiring dengan adanya APKJ (Assosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) bahwa anggota-anggota tersebut bisa melakukan sharing dengan sesama pengusaha sehingga mengetahui Inovasi Produk baru, serta mengetahui apa yang di inginkan konsumen di era revolusi industry 4.0 ini. APKJ sering mengadakan event-event atau pameran untuk para pengusaha yang ada di Jombang. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Kinerja pemasaran merupakan skala keberhasilan tingkat kinerja dari strategi pemasaran yang ditetapkan perusahaan atau skala prestasi pemasaran perusahaan dalam persaingan bisnis yang didasarkan pada pengukuran skala penjualan, pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan pelanggan (Suroso, 2007) Perusahaan akan selalu menetapkan suatu strategi untuk menghasilkan kinerja pemasaran seperti volume penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan, dan juga kinerja keuangan yang baik. Pemahaman mengenai pelanggan, kemampuan menghadapi pesaing, dan keterampilan dalam melakukan inovasi produk adalah beberapa hal yang penting untuk diperhatikan agar usaha dapat terus bertahan. Keberhasilan penerapan strategi pemasaran dapat berpengaruh terhadap kinerja pemasaran (Sulistiyani, 2015).

Penelitian mengambil obyek penelitian di APKJ (Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang) karena APKJ merupakan wadah bagi pengusaha kerajinan yang menjadi unggulan Kabupaten Jombang sehingga dalam

usahanya dituntut untuk dapat melakukan inovasi produk, yang memiliki orientasi pasar yang berdampak pada keberhasilan usaha yang dilihat dari kinerja pemasarannya

Berdasarkan latar belakang diatas. Maka penulis mengkaji lebih dalam tentang pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Kinerja Pemasaran. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, **“Pengaruh Inovasi Produk dan Orietasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran (studi kasus pada APKJ Asosiasi Pengusahaan Kerajinan Jombang)”**.

1.1 RumusanMasalah

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis, menjelaskan pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis, menjelaskan pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.

1.3 Batasan Masalah

1. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah penelitian yaitu pada inovasi produk, orientasi pasar dan kinerja pemasaran APKJ.
2. Populasi yang digunakan dalam Penelitian ini adalah 65 orang
3. Batas waktu penelitian pada bulan Juni - Agustus 2020

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini di harapkan mempunyai manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan manajemen dan berfikir secara kritis dalam menghadapi permasalahan bagi penulis.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini di harapkan menjadi masukan yang baik bagi anggota APKJ Asosiasi Pengusaha Kerajinan Jombang dalam meningkatkan inovasi produk, orientasi pasar yang di miliki untuk meningkatkan kinerja pemasaran.