

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia semakin meningkat pesat ditandai dengan perkembangan teknologi yang meningkat pula perkembangan ekonomi kerakyat merupakan pembangunan strategi yang bisa memposisikan sektor ekonomi rakyat sebagai sasaran paling utama. *Home industry* sebagai bentuk kegiatan dalam usaha yang sebagai bentuk ekonomi rakyat yang berpotensi untuk mengembangkan ekonomi kerakyatan, serta dapat meningkatkan perekonomian nasional dengan tidak mengesampingkan dekmokrasi ekonomi.

Menurut Fawait & Erwin, (2020) *home industry* merupakan usaha milik pribadi yang di kerjakan dirumah untuk menghasilkan produk baru. Para pelaku *home industry* di tuntut untuk bisa mampu dalam meningkatkan hasil produksinya dan juga mengstabilkan mutu produk yang dimilikinya. Peningkatan persaingan pada suatu pasar membuat para pelaku *home industry* wajib menetapkan strategi yang baik dan tepat guna untuk meningkatkan pemasaran produk. Dalam menjaga *market share*nya pelaku *home industry* perlu menetapkan beragam macam strategi yang terarah untuk dapat membantu keunggulan bersaingnya. Strategi – strategi yang di buat di diharapkan dapat mampu membuat perbaikan dalam mutu kinerja pemasaran.

Pemanfaatan bahan pangan lokal seperti perkembangan ekspor pasta mentah dan bihun transparan yang semakin meningkat dapat membantu meningkatkan hasil produksi bihun, sehingga faktor produksi modal dan tenaga kerja dapat

mencapai efisiensi yang optimal. Seperti yang terjadi pada industri mie bahun yang berada di Kelurahan Jogoyudan Kabupaten Lumajang. Dalam suatu industri, aspek pengendalian mutu merupakan suatu program yang tidak terpisahkan. Industri berhubungan erat dengan pengendalian mutu, karena terkait dengan kepuasan konsumen. Pengendalian mutu pada suatu industri dilakukan mulai dari penanganan bahan baku sampai ke panganan produk akhir. Untuk menghasilkan produk mie kering yang bermutu tinggi, hal yang paling berperan selain penggunaan bahan baku yang berkualitas juga proses produksi harus dilakukan secara benar. Setiap tahapan proses produksi diperlukan prosedur yang tepat, guna menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu tinggi.

Sektor industri dianggap mampu membuka peluang kerja bagi tenaga yang menganggur atau belum mendapatkan pekerjaan, dan dapat menumbuhkan kegiatan yang saling berhubungan dengan jaringan industri sehingga mampu sebagai pendorong pembangunan. Hal ini sesuai dengan suatu negara yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyatnya. Semakin berkembang dan populernya mie bahun di Kabupaten Lumajang menyebabkan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Agar perusahaannya terus berkembang dengan baik, maka perusahaan menerapkan strategi dengan cara mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Meskipun dapat dikembangkan secara efektif, perusahaan mie bahun juga terdapat kendala dalam pengembangan industri yakni perekonomian yang belum stabil terutama gejolak harga bahan bakar minyak, mahalnya pengembangan teknologi produksi, adanya produk substitusi berupa bahun jagung dan mi terigu proses produksi

kadang terganggu cuaca hujan, masih minimnya kerjasama dan dukungan pemerintah di Kabupaten Lumajang.

Kinerja pemasaran adalah suatu titik pembelanjaan anggaran secara berlebihan di bawah nilai anggaran yang di sebabkan keterbatasan sulitnya pengukuran efektif dan efisien pada aktivitas, keputusan atau suatu program pemasaran (Tjibtono & Candra, 2017). Kinerja pemasaran adalah segala sistem yang berhubungan dengan aktivitas dan hasil (*Outcome*) yang diperoleh. Kinerja pemasaran adalah suatu yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam mengefektifkan perusahaan, meningkatkan pangsa pasar, serta profitabilitas (Utaminingsih, 2016). Aktivitas proses pemasaran akan selalu terarah dalam menghasilkan kinerja pemasaran tepat dan aktual, kinerja pemasaran yang efektif akan dapat mendukung tercapainya suatu tujuan pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran yakni orientasi pasar dan inovasi. Meningkatkan hasil kinerja pemasaran dan meningkatkan daya saing pada sektor industri dapat dilakukan dengan berbagai pemahaman orientasi pasar.

Kualitas produk bihun di Kelurahan Jogoyudan memiliki kualitas dengan testur produk mie yang kenyal sedikit keras sehingga mempunyai gigitan yang empuk dan permukaan yang halus sehingga banyak disukai oleh konsumen. Perkembangan industri semakin maju dan perusahaan atau sentra industri harus lebih fokus dalam menganalisa akan kebutuhan konsumen dan permintaan pasar yang dapat berpengaruh pada keberhasilan pemasaran produk. Industri akan berhasil apabila teliti dalam memilih pasar sasarannya secara cermat dan mempersiapkan program yang di konsep secara khusus untuk pasar sasaran

tersebut. Dengan adanya strategi perencanaan pemasaran yang berorientasi pasar, maka sentra industri akan lebih mudah untuk mencapai tujuan sesuai sumber daya dan keahlian yang dimiliki.

Orientasi pasar adalah perspektif komersial yang membuat pelanggan sebagai titik fokus dari total operasi perusahaan, indikator, orientasi pelanggan orientasi pesaing, dan kordinasi antar fungsi (Kania, 2017). Orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang berhasil dalam mengendalikan pasar disebut sebagai *market drive firm*, yaitu perusahaan yang selalu menempatkan orientasi pelanggan dan orientasi pesaing secara harmonis, sehingga menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik (Alam, 2013). Oleh karena itu, konsep utama orientasi pasar adalah orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Perusahaan yang berorientasi pada pasar akan mengikuti setiap perubahan yang terjadi pada pasar. Selain faktor orientasi ada faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu inovasi.

Inovasi adalah suatu ide, barang kejadian, metode yang dirasakan atau dinikmati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat) baik itu berupa hasil *invention* maupun *discovery* (Septiana, 2013). Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan ataupun perekayasaan yang dilakukan dengan tujuan melakukan pengembangan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau pun cara baru untuk untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau pun proses produksi (Septiani, 2021). Dalam proses produksi pelanggan

umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju di bandingkan pesaingnya.

Produk bihun di Kelurahan Jogoyudan mempunyai bentuk bulat atau pipih yang panjang terbuat dari adonan berbahan dasar tepung. Sejenis mie yang dibuat dari tepung beras yang mempunyai bentuk kecil halus. Menjaga dan mempertahankan pelanggan bukan merupakan pekerjaan yang mudah, hal ini tergantung bagaimana kemampuan perusahaan memberikan kepuasan pada pelanggan, Untuk meningkatkan minat beli pelanggan perusahaan harus memberikan inovasi baru pada produknya, meningkatkan kualitas bahan baku dan mempertahankan cita khas. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh Orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pemasaran antara lain sebagai berikut : Wulandari (2012) dengan judul pengaruh orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mendekripsikan pengaruh orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan inovasi produk secara parsial dan simultan. Dewi (2006), Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran (Studi Pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan).

Industri Mie bihun menarik diteliti karena berpotensi sebagai makanan alternatif dalam mewujudkan ketahanan pangan masyarakat, mengingat daerah lumajang merupakan salah satu sentra komoditas singkong (bahan baku tepung tapioka dan singkong) di Indonesia. Kelebihan dari industri ini memiliki kualitas

mie yang tinggi yang membuat konsumen puas, ketahanan dari mie ini cukup lama sekitar satu tahunan dan produk mie bihun di kelurahan Jogoyudan menjadi salah satu pabrik yang saat ini masih cukup aktif dalam beroperasi pembuatan bihun di Kabupaten Lumajang. Sedangkan kekurangan dari mie bihun yaitu cenderung kusam dan testurnya mudah patah. Oleh karena itu pengembangan agroindustri bihun berbahan tapioka diharapkan sebagai usaha yang menjanjikan.

Bihun tapioka yang di hasilkan dapat sebagai pangan alternatif untuk mengurangi ketergantungan terhadap beras. Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang pengaruh orientasi pasar, inovasi dan terhadap kinerja pemasaran. Inovasi produk dalam penelitian dapat diukur dengan menggunakan indikator inovasi sebagai berikut yaitu perubahan desain dan inovasi teknis. Perusahaan yang berinovasi pada pelanggan akan tanggap terhadap keinginan yang diminta oleh pelanggan. Selain faktor inovasi ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu orientasi. Peneliti tertarik melakukan penelitian produk mie bihun di kelurahan jogoyudan, karena menjadi salah satu pabrik yang saat ini masih cukup aktif beroperasi dalam pengolahan produk mie bihun di Kabupaten Lumajang. Oleh karena itu, meskipun pabrik mie bihun di Kabupaten Lumajang cukup banyak, tetapi produk mie bihun tersebut tidak beroperasi aktif dalam pengolahan mie bihun. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengolahan mie bihun di Kabupaten Lumajang masih rendah. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA CV. TIMUR JAYA” (Studi Kasus Pada Industri Produk

Mie Bihun di Kelurahan Jogoyudan Kabupaten Lumajang).

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan latar belakang di atas, penelitian terdahulu dan alasan yang diungkapkan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a) Penelitian ini membahas manajemen pemasaran
- b) Variabel yang diteliti adalah orientasi pasar, inovasi dan kinerja pemasaran
- c) Responden adalah *home industry* produk mie Bihun di kelurahan Jogoyudan kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang

1.3 Rumusan Masalah

Orientasi pasar awalnya bertujuan untuk mencermati kekuatan dan kelemahan pesaing dalam suatu orientasi pasar, agar suatu perusahaan yang berorientasi pada pasar dapat mengikuti setiap perubahan yang terjadi pada pasar. Selain faktor orientasi ada faktor lain lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran yaitu inovasi. Inovasi pasar menjadi tujuan penjualan produk, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Apapun yang dijual oleh produsen, konsumen akan memperhatikan orientasi pasar dan inovasi produk yang di jual .

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di CV. Timur Jaya Produk Mie Bihun?
- b) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran di CV. Timur Jaya Produk Mie Bihun?
- c) Apakah orientasi pasar dan inovasi produk secara simultan berpengaruh

terhadap kinerja pemasaran di CV. Timur Jaya Produk Mie Bihun?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar secara signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV. Timur Jaya produk Mie Bihun
- b) Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk secara signifikan terhadap kinerja pemasaran CV. Timur Jaya Produk Mie Bihun
- c) Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada CV. Timur Jaya Produk Mie Bihun

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis baik bagi penulis sendiri, maupun instansi pendidikan dan pihak lainnya yang kiranya berkepentingan.

1. Manfaat secara Ilmiah
 - a. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan yang sebenarnya di lapangan.
 - b. Bagi peneliti lebih lanjut penelitian ini di harapkan dapat memotivasi penelitian yang lain untuk mengadakan penelitian – penelitian yang belum terjangkau dalam penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi pengusaha sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi industri - industri pembuatan mie bihun tapioka di Kelurahan Jogoyudan Kabupaten Lumajang dalam menerapkan orientasi pasar, inovasi dan strategi pemasaran terhadap produk agar di peroleh kinerja pemasaran yang lebih baik.
- b. Bagi peneliti sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang di peroleh dari objek yang di teliti.
- c. Bagi kalangan akademis dan pembaca dapat menambah khasanah perpustakaan dan tambahan refrensi bagi peneliti selanjutnya.
- d. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan motivasi untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan tema ini. Selain itu juga dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

