

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri batik tulis warna alami di Laweyan mulai berkembang pada abad 14 M semasa pemerintahan keraton pajang. Berikutnya ketika teknik batik cap ditemukan pada tahun 1900 an sehingga melahirkan juragan-juragan batik yang melegenda dengan kekayaannya. Artefak kejayaan industri batik dengan mudah ditemukan disini yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, akademisi maupun kru media domestik dan internasional yang antusias berkunjung ke kampung batik laweyan. Di sepanjang jalan Sidoluhur maupun gang-gang sebelahnya terhampar puluhan industri batik dan showroom batik dengan nuansa tradisional maupun modern yang siap memanjakan para pengunjung. Tersedia banyak pilihan produk batik dan kerajinan tangan sesuai kualitas maupun harganya yang bersahabat.

Orientasi pasar adalah kondisi dimana sebuah perusahaan dalam melakukan suatu keputusan berdasarkan kondisi nyata di pasar dan melakukan pendekatan-pendekatan pada pasar dengan cara meneliti dan memahami nilai-nilai yang berlaku (Pertiwi & Siswoyo, 2016). Perusahaan yang berorientasi pasar adalah posisi yang baik untuk mengembangkan dan meningkatkan posisi perusahaan menjadi lebih khas (relatif terhadap persaingan) dalam jangka panjang. Perusahaan yang berorientasi pada pasar adalah perusahaan yang menjadikan pelanggan sebagai prioritas utama bagi perusahaan untuk

menjalankan bisnisnya. Jayaningrum et al. (2018) menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsional.

Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan salah satu sektor ekonomi yang menjanjikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya dalam rangka pelaksanaan program Sustainable Development Goals (SDGs) hingga tahun 2030 nanti. Pertumbuhan ekraf sendiri di tahun 2017 meningkat dibandingkan tahun 2016, dari 4,41% menjadi 4,95%. Demikian juga dengan kontribusi sektor ekraf terhadap GDP di tahun 2016 telah mencapai Rp 922,58 triliun atau 7,44%, di mana angka ini meningkat jika dibandingkan pada tahun 2015 yang hanya mencapai Rp 852,56 triliun atau 7,38% (Amanda, 2018). Badan ekonomi kreatif (Bekraf) menargetkan kontribusi ekraf terhadap GDP akan naik hingga mencapai 12% di tahun 2019 nanti. Adapun salah satu caranya adalah dengan memperluas pasar produk-produk kreatif Indonesia, baik ke pasar domestik maupun penetrasi ke pasar internasional (Hartawan, 2016).

Selain orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja perusahaan juga diperlukan orientasi kewirausahaan. Kinerja pemasaran dapat mengalami peningkatan atau penurunan dikarenakan pengaruh dari orientasi kewirausahaan. Dalam penelitian Aristiyo dan Murwatiningsih (2017) dengan judul Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Dengan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kemitraan. Hasil penelitian menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai signifikan Pengaruh kemitraan

terhadap kinerja pemasaran memiliki nilai tidak signifikan. Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kemitraan terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai signifikan. kemudian untuk pengaruh mediasi dihasilkan bahwa pengaruh total ketiga variabel bebas lebih besar dari pengaruh langsungnya. Simpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa hanya kemitraan yang tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran, sedangkan keunggulan bersaing memediasi pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kemitraan terhadap kinerja pemasaran.

Globalisasi pasar menghadirkan tantangan bagi setiap perusahaan agar mampu berinovasi secara berkesinambungan dalam rangka menawarkan produk dan jasa yang unik dan unggul. Introduksi produk baru berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan, sementara inovasi proses memainkan peran sebagai strategi dalam menekan biaya (Tjiptono, 2008). Organisasi yang terkemuka pasti mengetahui tentang membangun organisasi berbasis inovasi. Inovasi dapat dilakukan secara menyeluruh pada aspek produk, proses, administrasi dan teknologi, dengan senantiasa berpijak pada kondisi pasar, sehingga mampu mencapai kinerja organisasi dan mewujudkan keunggulan bersaing (Raharso, 2006).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas produk terhadap inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?
3. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta ?
4. Bagaimana pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?
5. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?
6. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?
7. Bagaimana pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja pemasaran dimoderasi inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta

2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta
4. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta
5. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta
6. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta
7. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja pemasaran yang dimoderasi inovasi pada pengrajin batik di kampung batik Laweyan, Surakarta

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan dibidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pemasaran

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan dalam penelitian selanjutnya guna memberikan pengetahuan di dunia pendidikan Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan Pengrajin Batik di Kampung Batik Laweyan, Surakarta.

b. Bagi Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan wawasan bagi pembaca.

c. Bagi Konsumen

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan atau menambah keinginan untuk mengunjungi pengrajin Batik di Kampung Batik Laweyan, Surakarta.