

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, persaingan bisnis semakin kompetitif membuat masing-masing pelaku bisnis atau perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing. Persaingan tersebut untuk menghadapi berbagai tantangan yang terjadi dalam perkembangan pasar global maupun kebutuhan konsumen. Dengan situasi lingkungan pasar serta kebutuhan konsumen yang terus berubah seiring dengan perkembangannya, tuntutan usaha dari para pesaing secara tidak langsung membawa pengaruh pada kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm). Di Indonesia, Undang-Undang (UU) yang mengatur tentang umkm adalah UU No. 20/2008, dalam UU tersebut umkm dijelaskan sebagai: *“perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.”* (Meisari dan Hidayah, 2018).

Dalam persaingan global, umkm merupakan salah satu sektor penting dalam membantu perekonomian masyarakat Indonesia. Umkm sebagai penggerak dalam sektor informal terbesar di Indonesia dengan jumlah serapan pekerja terbanyak mempunyai peran penting dalam sistem dan pembangunan ekonomi. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Cole, Samson dan Zia (2010) bahwa *“cara tercepat untuk menggerakkan ekonomi di emerging market adalah dengan memberikan fokus pengembangan sektor*

*informal (umkm) yang dapat berdampak pada meningkatnya tingkat pendapatan kelas menengah”*

Data jumlah umkm tahun 2018 sejumlah 64,19 juta usaha, tenaga kerja umkm sejumlah 117 pekerja (97%) sementara usaha besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional, sumbangan umkm terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) tahun 2018 sejumlah Rp. 8,573 triliun (Purwanto Antonius, 2020). Dari data diatas, disadari oleh pemerintah bahwa pentingnya membina, mengembangkan umkm di masing-masing daerah di Indonesia. Badan atau organisasi pemerintah yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengurus ukm maupun umkm yaitu Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (Dinkop UMKM). Pengembangan umkm ini juga disadari oleh pemerintah bupati Kabupaten Sragen karena membawa dampak besar bagi sector perekonomian kabupaten Sragen. Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sragen berdiri sesuai susunan organisasi tata kerja SOTK (Susunan Organisasi dan Tatanan Kerja) yang baru berdasarkan peraturan bupati Sragen no. 109 tahun 2016. Yang mana sebelumnya Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM yang dipecah menjadi dua yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DINKOPUKM KAB. SRAGEN, 2021).

Hingga saat ini, jumlah anggota ukm di Kabupaten Sragen yang terdaftar di Dinkop umkm Kab. Sragen pada tahun 2021 mencapai 67.000 anggota (Olif, komunikasi pribadi, 23 April 2021). Persaingan dalam komponen produk melalui orientasi kewirausahaan dan inovasi produk

memiliki peluang besar terhadap kinerja serta menjaga eksistensi dari keberlangsungan umkm itu sendiri. Menurut Muchtolifah (2005) dalam Rahayu (2017:79) orientasi kewirausahaan merupakan kapabilitas organisasi dalam memberikan kontribusi penciptaan sumber daya organisasi yang unik, keunggulan yang posisional yang berpengaruh terhadap kinerja.

Inovasi produk merupakan pengembangan berkelanjutan yang menjadi faktor kunci dalam persaingan dunia usaha saat ini, pengembangan inovasi produk yang baik akan sangat mempengaruhi bagaimana perusahaan mampu bersaing. Inovasi produk merupakan hal yang paling utama dalam proses kewirausahaan, menurut Gigo (2019:43) Inovasi Produk adalah berpikir sesuatu yang baru. Oleh karena itu, inovasi akan mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan (Shan Chen et al., 2009) dalam Gigo (2019:36). Dengan begitu suatu perusahaan perlu melakukan inovasi produk untuk memudahkan perusahaan dalam melakukan pemasaran produk dan kinerja pemasaran.

Pandemi Covid-19 membuat perekonomian masyarakat menurun di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di kabupaten Sragen. Nuvitasari (2021) menyampaikan bahwa Badan Pusat Statistik Kabupaten Sragen tahun 2020 berkontraksi sebesar -1,81 persen, pertumbuhan terjadi hanya pada beberapa sektor. Dalam upaya membangkitkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, pemerintah kabupaten Sragen memberikan beberapa kebijakan yaitu; program penguatan UMKM mealalui bantuan pemerintah bagi pelaku UMKM (BPUM) tahun 2021, membuka *night market* Sukowati pada sabtu

malam atau malam minggu, Program *Cash For Work (CFW)* atau Padat Karya Tunai (PKT) bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

Dalam kebijakan-kebijakan tersebut terdapat pro dan kontra dari masyarakat. Keadaan seolah dilema dengan adanya pandemi. Pemerintah seolah harus memilih antara kesehatan atau perekonomian. Untuk dapat memilih keduanya, harus ada kerjasama dan kesadaran dari masyarakat dan pemerintah daerah dalam menghadapi situasi ini.

Setelah pemerintah memberikan kebijakan dengan memberikan modal usaha diharapkan pelaku usaha (UMKM) akan menggunakan fasilitas tersebut dengan sebaik-baiknya. Pelaku usaha diharapkan akan berinovasi kembali pada situasi seperti ini. Pandemi Covid membawa perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Orientasi kewirusahaan yang diterapkan dengan baik akan membawa pelaku usaha pada peluang baru yang nantinya bisa menjadi strategi pemasaran dalam menghadapi situasi pandemi saat ini.

Setiap pelaku usaha pasti menginginkan produk mereka diterima oleh pasar (konsumen). Usaha-usaha dalam mewujudkan hal tersebut sering dilakukan dengan sebuah inovasi. Meskipun demikian, hal tersebut tidak bisa dijadikan sebuah patokan mutlak, bahwasanya ketika pelaku usaha melakukan sebuah inovasi, akan meningkatkan kinerja pemasaran. Disatu sisi perkembangan teknologi membuat informasi tentang sebuah produk dapat mudah diakses. Konsumen seakan dimanjakan dengan produk yang variatif dengan berbagai keunikan tersendiri. Pelaku usaha dituntut untuk berinovasi

dengan tujuan dapat meningkatkan pemasaran, khususnya dalam situasi pandemi saat ini.

Dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Kelompok Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Gading Sukowati, Kec. Masaran, Kab. Sragen”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan penelitian dalam pokok bahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada kelompok UMKM Gading Sukowati di Kec. Masaran, Kab. Sragen ?
2. Apakah orientasi inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada kelompok UMKM Gading Sukowati di Kec. Masaran, Kab. Sragen ?
3. Apakah orientasi kewirausahaan dan orientasi produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada kelompok UMKM Gading Sukowati di Kec. Masaran, Kab. Sragen ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada kelompok umkm di Kec. Masaran, Kab. Sragen.

2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada kelompok umkm di Kec. Masaran, Kab. Sragen
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap kinerja pemasaran pada kelompok umkm di Kec. Masaran, Kab. Sragen.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemasar

Bagi pemasar, diharapkan penelitian ini menjadi gambaran dan masukan bagi pemasar tentang manfaat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran

- b. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi bagian dalam proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan daya nalar sehingga dapat lebih memahami pada mengaplikasikan dari teori-teori yang selama ini dipelajari di bangku perkuliahan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan tambahan pustaka untuk penelitian yang sejenis.