

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan maupun kemauan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Banyak sekali jalan menuju kesuksesan salah satu diantaranya dengan membuat sebuah cikal-bakal bisnis yang diharapkan mampu mengembangkan daya kreativitas dan inovasi. Hal ini sangat membutuhkan keberanian yang luar biasa. Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Alma, 2010).

Bisnis makanan merupakan bisnis yang senantiasa bertahan dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan kuliner masyarakat, salah satu bisnis makanan yang saat ini digemari adalah bakso. Banyaknya penggemar bakso yang meliputi kalangan bawah sampai kalangan atas menjadikan bisnis ini sebagai bisnis yang menjanjikan untuk memberikan keuntungan dan tidak mudah mengalami penurunan karna bisnis ini bukan

merupakan bisnis musiman. Pedagang harus memiliki strategi tersendiri untuk bersaing dengan pedagang lainnya, persaingan dalam bisnis sangatlah tinggi karena banyaknya usaha bakso yang ada di wilayah kabupaten Banyumas dan tidak menutup kemungkinan persaingan oleh pebisnis bakso dan pedagang-pedagang keliling.

Bakso adalah jenis bola daging yang lazim ditemukan pada masakan Indonesia. Bakso umumnya dibuat dari campuran daging sapi giling dan tepung tapioka, akan tetapi ada juga bakso yang terbuat dari daging ayam, ikan, atau udang bahkan daging kerbau. Dalam penyajiannya, bakso umumnya disajikan panas-panas dengan kuah kaldu sapi bening, dicampur mi, bihun, taoge, tahu, terkadang telur dan ditaburi bawang goreng dan seledri. Bakso sangat populer dan dapat ditemukan di seluruh Indonesia, dari gerobak pedagang kaki lima hingga restoran besar. Berbagai jenis bakso sekarang banyak ditawarkan dalam bentuk makanan beku yang dijual di pasar swalayan ataupun mal-mal. Irisan bakso dapat juga dijadikan pelengkap jenis makanan lain seperti mi goreng, nasi goreng, atau cap cai. (Friska, 2015)

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran, dalam upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran diperlukan orientasi kewirausahaan dan kompetensi terutama dalam aspek pengetahuan dan keterampilan. Kewirausahaan itu sendiri dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan menurut Suryana (2008) menjelaskan orientasi kewirausahaan disebut sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan

pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rasyidi (2015) tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi (Studi pada UMKM keripik buah di wilayah Malang Raya), menyimpulkan bahwa Orientasi kewirausahaan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Orientasi pasar sebagai implementasi budaya organisasi yang ada di perusahaan dengan melakukan strategi pasar dalam mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan guna mencapai tingkat kemajuan dengan untuk bersaing secara unggul dengan perusahaan lainnya. Menurut Tjiptono (2008) orientasi pasar dapat diartikan sebagai implementasi budaya organisasi yang menempatkan pelanggan pada poros dari proses strategi manajemen perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lopian dkk (2016) tentang pengaruh orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang, menyimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang.

Inovasi dapat diartikan suatu penemuan yang baru yang berbeda dari yang sudah ada, persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk menuntut untuk pembisnis menggunakan sumber daya yang dimilikinya untuk berinovasi, inovasi produk merupakan salah satu faktor persaingan yang paling penting yang dimiliki oleh para pembisnis. Dengan berinovasi dituntut untuk mampu menciptakan penilaian baru, ide

baru untuk membuat suatu produk bakso yang inovatif dan kreatif supaya menarik perhatian konsumen untuk membelinya. Inovasi produk dari segi tata cara penyajian, bentuk penyajian, dan rasa dalam usaha bakso perlu dilakukakan untuk menarik minat kosumen. Dengan demikian bakso tersebut dapat dinikmati dari semua kalangan masyarakat dari anak-anak, remaja dan dewasa. Menurut Kotler & Keller (2007), inovasi adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Berdasarkan penelitian yang dilahkukan oleh Utaminingsih (2016) tentang pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara, menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi dari perusahaan yang melahkukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Untuk mengukur keunggulan bersaing adalah keunikan, tidak mudah di tiru, dan harga bersaing. Keunikan produk adalah keunikan produk atau barang yang memadukan nilai seni dan dengan selera pelanggan, harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga di pasaran, tidak mudah dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilahkukan. Menurut Saiman (2014), keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup

suatu usaha. Berdasarkan penelitian yang dilahkukan oleh Djodjobo dan Tawas (2014) tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di Manado, menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh oleh aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan (Rasyidi, 2015). Menurut Hasan (2010) sebuah usaha bisnis yang dikelola dengan berorientasi pasar memiliki berbagai manfaat antara lain dapat memproduksi produk atau jasa yang sesuai dengan persepsi pelanggan, dapat memproduksi lebih efisien dibandingkan para pesaing, dan dapat menjelaskan perbedaan kinerja yang di capai oleh perusahaan serta dapat mengarahkan perusahaan pada keunggulan bersaing yang dapat dipertahankan melalui aktivitas-aktivitas internal dan eksternal. Kinerja pemasaran merupakan bagian penting dalam kinerja perusahaan secara keseluruhan ditujukan untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan dan merupakan salah satu cermin dari penerapan strategi perusahaan. Pada pedagang bakso yang saat ini sedang marak dikalangan masyarakat, sehingga perusahaan harus mampu mengelola kinerja pemasarannya yang sesuai dengan harapan masyarakat, dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen, mulai dari variasi bentuknya

hingga inovasi lainnya pada bakso sehingga bakso tersebut dapat diminati oleh konsumen.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Djodjobo dan Tawas (2014), meneliti tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa variabel keunggulan bersaing diketahui memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh Rasyidi (2015) tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Berdasarkan penelitian tersebut bahwa orientasi kewirausahaan diketahui memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini juga menambahkan salah satu variabel yang dilakukan oleh Utaminingsih (2016), yang berjudul pengaruh orientasi pasar, inovasi dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. Berdasarkan penelitian tersebut bahwa variabel orientasi pasar dan inovasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah lokasi penelitian, subjek penelitian dan variabel penelitian. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi**

Pasar Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pedagang Bakso di Kabupaten Banyumas)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha bakso?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran?
3. Apakah inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha bakso?
4. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha bakso?
5. Apakah Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha bakso?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran usaha bakso.

- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.
- c. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran usaha bakso.
- d. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha bakso.
- e. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha bakso.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan perusahaan agar lebih maju, sebagai bahan pertimbangan dalam strategi pemasaran yang akan diterapkan.

b. Bagi ilmu pengetahuan marketing

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta menjadi pertimbangan bagi perusahaan lain yang menghadapi hal serupa.

c. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana (S1), serta menambah wawasan dalam berfikir secara kritis dan sistematis dalam kasus di bidang pemasaran.