

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Industri merupakan salah satu bidang atau kegiatan yang mewadahi proses produksi karya khusus untuk menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat yang tinggi. Salah satu industri yang berkembang saat ini adalah industri pengolahan kayu, di mana industri pengolahan kayu memproduksi bahan baku menjadi bahan jadi, baik itu dari hasil hutan, hasil kebun, limbah pertanian dan lainnya. Industri pengolahan kayu merupakan suatu barometer penggerak perekonomian nasional dan tersebar luas hampir di seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Persaingan dalam dunia industri mendorong perusahaan untuk mengatur strategi yang tepat untuk memasarkan produk usahanya, tidak hanya perusahaan besar saja namun pada usaha kecil dan menengah mereka juga selalu mengatur strategi pemasarannya agar kinerja pemasaran baik dan menguntungkan perusahaan. Konsep kinerja pemasaran didukung dengan banyak faktor mulai dari kesadaran akan pandangan terhadap pasar, kesadaran melakukan strategi yang inovatif, kemampuan untuk mengambil risiko dan orientasi dari proses pembelajaran (Haryanto, 2017).

Di Desa Yeh Sumbul industri pengolahan kayu memulai proses pengolahan produk dengan bahan baku yang berkualitas dan terpilih seperti contoh kayu bayur, kayu jati, kayu kelapa dan sebagainya. Dengan memilih bahan

baku kayu yang berkualitas maka menjadikan produk tersebut dapat menghasilkan suatu produk yang mempunyai nilai jual pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul. Orientasi pasar dan inovasi produk merupakan sesuatu yang menghasilkan kinerja dan menciptakan nilai jual terhadap pelanggan sehingga pelanggan akan tertarik untuk membeli produk tersebut dan menjadi pelanggan tetap, perusahaan harus mampu meningkatkan inovasi produk pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul, faktor pada kinerja pemasaran yaitu dengan meningkatkan dan mengembangkan suatu pada industri kayu yang ada di Desa Yeh Sumbul. Akan tetapi pada industri pengolahan kayu yang ada di Desa Yeh Sumbul kinerja pemasaran yang kurang stabil dikarenakan kurangnya kreativitas dan inovasi pada produk. Menurut Utamaningsih (2016) permasalahan yang dihadapi UMKM sebenarnya adalah rendahnya produktivitas pada penciptaan produk baru akibat kurangnya daya kreativitas dan inovatif sehingga kinerja pemasaran tidak berjalan dengan stabil.

Menurut Sugiarti (2017) kinerja pemasaran yaitu salah satu faktor untuk mengukur dampak dari keberhasilan strategi yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya di pasar. Kinerja pemasaran dikatakan berhasil apabila jumlah penjualan meningkat, jumlah produk meningkat dan jumlah pelanggan meningkat. Indikator kinerja pemasaran menurut Ardyan (2018) yaitu menciptakan pelanggan, mampu mendapatkan keuntungan. Tingginya tingkat persaingan bisnis industri pengolahan kayu di Bali mengharuskan industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul untuk lebih meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan, karena keberhasilan suatu produk akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul perlu

melakukan inovasi pada produk yang dihasilkan dengan berorientasi pada pelanggan karena pengetahuan mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan kunci kesuksesan inovasi sebuah produk yang akan dihasilkan dan kemudian mampu bersaing dengan pelaku- pelaku industri yang ada di Bali. Aktivitas inovasi dan pengembangan produk pada perusahaan yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan produktivitas dan persaingan global. Strategi yang dimaksudkan adalah sebagai suatu cara untuk melakukan sebuah perubahan atau pembaharuan-pembaharuan baru dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Menurut Hartanti (2013) bahwa untuk meningkatkan kinerja pemasaran dibangun oleh inovasi antara lain melalui inovasi teknis dan inovasi produknya.

Salah satu variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran adalah inovasi produk. Menurut Kotler (2016), inovasi produk merupakan proses pengembangan gagasan yang kreatif dan mengubahnya menjadi produk yang bermanfaat, dimana terdapat lima dimensi inovasi produk yaitu *relativeadvantage*, *compability*, *complexity*, *divisibility* dan *communicability*. Dari pengamatan yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh industri pengolahan kayu kurang maksimal. Walaupun pengalaman dalam berkreativitas yang dimiliki sangat tinggi, namun tingkat pengembangan suatu gagasan dalam berkreativitas masih rendah. Hal tersebut dilihat dari cara mengembangkan/menginovasi produk yang belum maksimal karena kurangnya sebuah pengembangan gagasan kreativitas pada sebuah produk. Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk

merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017).

Kurangnya inovasi produk pada industri pengolahan kayu yang ada di Desa Yeh Sumbul tersebut mengakibatkan perusahaan kehilangan banyak pelanggan. Almira (2018) berpendapat bahwa inovasi dapat terus berkembang apabila terus dilakukan perubahan secara terus menerus, hadir dalam ritme kehidupan modern dan mutakhir. Apabila inovasi pada produk terus dikembangkan seiring dengan perkembangan zaman dan mengetahui keinginan suatu pasar maka keberhasilan suatu produk dapat dilihat dari banyaknya pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Pattipeilohy (2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, dan ada juga penelitian yang mengatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran yaitu Bambang (2016) menyatakan inovasi tidak dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dari pemasaran.

Pada variabel orientasi pasar juga dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Menurut Manahera (2018) orientasi pasar adalah suatu aktivitas pencarian informasi pasar, termasuk kebutuhan konsumen sekarang dan yang akan datang, pendistribusian informasi tersebut berjalan lintas fungsional dan organisasi secara keseluruhan menanggapi dengan baik informasi tersebut. Dari pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa orientasi pasar pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul tersebut kurang maksimal dalam mencari informasi keinginan dan kebutuhan pelanggan. (Ferdinand, 2002) menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi pasar, maka semakin tinggi kinerja pemasaran yang akan dicapai. Hal

tersebut terlihat pada sebuah kualitas produk yang diberikan oleh industri pengolahan kayu yang kurang baik terhadap setiap pengembangan pada produk yang diproduksi tersebut. Dengan memberikan suatu kualitas produk sangat baik maka pengalaman dalam berkreaitivitas dalam mengembangkan suatu produk juga harus baik untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada perusahaan. Kinerja pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada jangka waktu yang telah ditentukan sebagai nilai dari aktivitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk mengetahui apakah strategi yang disusun dan pelaksanaannya sudah tepat atau sebaliknya (Puspitasari, 2015). Sejalan dengan penelitian Kusuma (2015) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Perusahaan dikatakan mencapai suatu keberhasilan yaitu apabila perusahaan mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar serta mampu dalam mengembangkan produk-produk yang diproduksinya dengan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya di pasaran. Perusahaan yang mempunyai strategi pemasaran yang tepat akan membuat perusahaan mempunyai arah dan tujuan yang tepat, sehingga dapat membuat keputusan pembelian konsumen untuk membeli semakin meningkat (Satrio, 2016). Berdasarkan permasalahan pada latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti dapat mengangkat judul “Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada Industri Pengolahan Kayu di Desa Yeh Sumbul.”



## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi sebagai berikut.

- (1) Kurangnya inovasi produk pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul.
- (2) Orientasi pasar pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul belum maksimal.
- (3) Kinerja pemasaran yang rendah tercermin dari kurangnya pengembangan gagasan yang belum maksimal.
- (4) Rendahnya produktivitas pada penciptaan produk sehingga kinerja pemasaran tidak berjalan dengan stabil.
- (5) Adanya perbedaan penelitian yang tidak konsisten mengenai pengaruh dari variabel Orientasi produk, Inovasi produk terhadap Kinerja Pemasaran.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi maka pembatasan masalah pada penelitian ini yaitu terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yaitu orientasi pasar dan inovasi produk, dan variabel terikat yaitu kinerja pemasaran.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut.

- (1) Apakah orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul?
- (2) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul?
- (3) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah pada penelitian ini maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut.

- (1) Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul.
- (2) Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul.
- (3) Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul.

#### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai permasalahan orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pihak manajemen industri pengolahan kayu di Desa Yeh Sumbul sebagai masukan untuk meningkatkan orientasi pasar dan inovasi produk dalam kinerja pemasaran.

