BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kerajinan di Indonesia saat ini berkembang cukup pesat dan berkontribusi cukup besar. Pembangunan industri kerajinan juga memberi dampak luas terhadap kemajuan dunia pendidikan, perluasan kesempatan kerja dan berusaha sebagai penggerak pembangunan ekonomi masyarakat. Pembangunan industri kerajinan juga menjadi bagian dari proses industrialisasi. Selain dapat melestarikan kearifan budaya lokal, industri kerajinan juga dapat menjadi bagian kekuatan ekonomi nasional yang dapat diandalkan karena mempunyai pangsa pasar yang cukup luas mulai dari pasar domestik hingga internasional.

Di Indonesia sebagian industri kerajinan masih mempunyai berbagai kelemahan yang bersifat eksternal. Seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan yang strategis, kurang cekatan dalam peluang-peluang usaha, kurang kreativitas dan inovasi. Disamping itu faktor internal dari kelemahan sebagian industri kerajinan yaitu kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan, kurangnya akses terhadap informasi teknologi, permodalan dan pasar. Selain memiliki kelemahan, industri kerajinan juga terkena dampak yang baik dari informasi teknologi. Kemajuan teknologi yang sangat pesat juga terjadi dan berdampak positif pada industri kerajinan. Pesatnya kemajuan

teknologi membantu untuk mewujudkan industri kerajinan yang maju dan berkembang.

Semakin berkembangnya industri kerajinan pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan. Hal ini mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang kompetitif. Persaingan dalam industri kerajinan menuntut masing-masing perusahaan untuk mampu mendatangkan konsumen atau pelanggan sebanyak-banyaknya. Untuk mendatangkan konsumen dalam jumlah banyak, pihak perusahaan industri kerajinan harus memperhatikan strategi yang diterapkan (Lasalewo, 2012). Kunci penting untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan industri kerajinan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut mendatangkan manfaat bagi pelanggan (Aang dkk, 2016).

Kotler & Amstrong (2010) menyatakan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan di atas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan manfaat yang mendukung harga yang lebih mahal. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif jika mempunyai kelebihan dari pesaing untuk menarik pelanggan dan dapat bertahan dalam tekanan kompetitif di pasar. Keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Porter, beberapa cara untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan dengan harga yang minimum (*cost leadership*), menawarkan produk atau jasa

dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya (*differentiation*), atau memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*).

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing jika strategi-strategi yang dipilih perusahaan dapat diterapkan dan dieksekusi dengan baik. Dalam menciptakan keunggulan bersaing ada dua strategi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan industri kerajinan. Dua strategi yang dapat digunakan yaitu orientasi pasar dan inovasi produk (Dewi 2006). Aprizal (2018) menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran. Perusahaan yang menerapkan orientasi pasar memiliki kelebihan dalam pengetahuan pelanggan dan kelebihan ini dapat dijadikan sebagai sumber keunggulan bersaing dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Wahyono (2012) bahwa selain orientasi pasar, inovasi produk juga digunakan sebagai stategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Perusahaan harus benar-benar memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan. Konsumen cenderung lebih menyukai perusahaan yang menghasilkan produk-produk dengan fitur menarik dan inovatif. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dari pesaing. Penelitian yang dilakukan oleh Aang Curatman dkk (2016) menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Salah satu desa di Provinsi Bali yang memiliki potensi dalam mengembangkan industri kerajinan adalah Desa Celuk, karena memiliki potensi pengerajin industri kerajinan perak terbesar di Bali. Beragam produk yang

dihasilkan dari perak seperti kalung, gelang, cincin, anting-anting, liontin, tempat lilin, tempat *tissue* dan berbagai bentuk cenderamata lainnya. Potensi industri kerajinan perak ini memiliki target pasar yang luas karena kerajinan dari perak masih diminati baik lokal maupun internasional. Karena banyaknya peminat kerajinan perak maka pengerajin perak berbondong-bondong memasarkan hasil dari kerajinan perak dengan membuka beberapa perusahaan yang dijadikan tempat untuk menjual produknya. Jumlah perusahaan industri kerajinan perak di Desa Celuk terus mengalami kenaikan dihitung dari tahun 2014 sampai tahun 2018.

Pada tahun 2014 jumlah perusahaan sebanyak 77 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2015 sebanyak 85 perusahaan selanjutnya pada tahun 2016 sebanyak 96 perusahaan, untuk tahun 2017 kenaikan jumlah perusahaan masih terjadi dengan jumlah 98. Pada saat ini tahun 2018 total jumlah perusahaan kerajinan perak di Desa Celuk sudah mencapai 112 perusahaan. Selain bertumbuhnya perusahaan baru disetiap tahunnya ada permasalahan lain yang dialami oleh perusahaan kerajinan perak di Desa Celuk. Permasalahan lain yang terjadi yaitu jarak antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya memiliki jarak cukup berdekatan. Selain itu masih banyak perusahaan membuat produknya memiliki bentuk yang sama dengan perusahaan lain dan tidak mengubahnya agar memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri.

Dilihat dari banyaknya industri kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati dapat dijadikan permasalahan pada penelitian ini, bahwa keunggulan bersaing usaha kerajinan perak yang sejenis menarik untuk diteliti lebih lanjut dalam ruang lingkup yang berbeda untuk memberikan kontribusi pada perusahaan berupa implikasi manajerial yang berhubungan dengan orientasi pasar dan inovasi

produk terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka peneliti mengambil judul dalam penelitian ini "Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah;

1.2.1 Apakah ada pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar?

1.2.2 Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar?

1.2.3 Apakah ada pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar?

1.2.4 Seberapa besar pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini terkait dengan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui.

1.3.1 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

1.3.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

1.3.3 Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

1.3.4 Besarnya pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing usaha kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut.

1.4.1 Bagi Peneliti (Mahasiswa)

Penelitian ini disamping sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi, juga merupakan kesempatan yang baik untuk mengembangkan, menerapkan dan memperdalam pemahaman penulis terhadap teori orientasi produk, inovasi produk dan keunggulan bersaing yang sudah didapatkan pada saat perkuliahan, sehingga dapat bermanfaat untuk pengembangan karir di masa depan.

1.4.2 Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam penambahan refrensi hasil-hasil penelitian yang telah ada yang nantinya akan berguna bagi pembaca dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau

peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama

1.4.3 Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk menghadapi ketatnya persaingan perusahaan kerajinan perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar.