

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi persaingan di dunia industri saat ini sangat ketat dan kompleks, terutama di bidang Usaha Kecil Menengah (UKM) yang saat ini sedang berkembang pesat. Banyaknya UKM yang baru bermunculan mengharuskan setiap UKM untuk selalu berinovasi terhadap produknya, dengan harapan agar dapat menciptakan produk yang benar-benar baru dan lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada. Selain itu setiap UKM dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan UKM lainnya. UKM merupakan salah satu industri yang potensial untuk dikembangkan, oleh karena itu diharapkan produk yang dihasilkan para pelaku UKM mampu bersaing di pasaran melalui inovasi produk.

Perkembangan UKM di Kabupaten Bangkalan saat ini sangat pesat. Seperti halnya UKM Batik, olahan salak, jamu madura, hiasan batu, dan sangkar burung. Dalam pelaksanaan kebijakan pembangunan industri Jawa Timur mengemukakan bahwa industri batik Kabupaten Bangkalan merupakan industri yang menghasilkan produk unggulan dan produk kompetensi inti daerah. Selain itu di Bangkalan juga terdapat banyak usaha dagang batik untuk menjual produk berupa baju, sarung dan selendang. Perajin menangkap adanya peluang yang besar jika memproduksi baju, sarung dan selendang tersebut karena barang tersebut dibutuhkan dan digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Menurut (Putra, 2011) di negara maju menunjukkan bahwa UKM adalah sumber inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan wirausaha yang kreatif, dan inovatif, penciptaan tenaga kerja yang terampil dan fleksibilitas proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang semakin beragam segmentasinya dan semakin spesifik. Kemampuan-kemampuan yang dimiliki UKM tersebut sangat ditentukan oleh sejumlah faktor, diantaranya adalah sumber daya manusia, penguasaan teknologi, akses ke informasi, pasar output dan input.

Dalam (Supranoto, 2009) menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi yang tidak dapat dibendung maka suatu produk perusahaan akan tambah berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk tersebut nantinya akan sulit dibedakan antara satu dengan lainnya. Agar menang dalam suatu persaingan, maka dalam memasarkan produk saat ini produsen tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja, tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan perusahaan yaitu orientasi pasar (Never and Slater, 1990) dan inovasi (Wahyono, 2002) serta orientasi kewirausahaan (Weerawerdena, 2003).

Seperti halnya pendapat (Raharso, 2006) dalam (Suendro, 2010) menyatakan bahwa 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 (berorientasi pasar), sehingga mampu mencapai kinerja organisasi dan mewujudkan keunggulan bersaing.

Menurut (Prasetyo, 2001) penerapan budaya orientasi pasar dalam suatu organisasi memberikan pengaruh yang besar terhadap kinerja pemasaran organisasi tersebut. Orientasi pasar dipandang sebagai budaya organisasi yang menganggap pasar sebagai *stakeholder* yang penting, sehingga pasar perlu untuk dikelola melalui upaya-upaya untuk selalu memperoleh informasi mengenai kebutuhan pelanggan dan juga tentang pesaing. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa orientasi pasar dipengaruhi secara positif oleh faktor pimpinan namun tidak dipengaruhi oleh inovasi produk. Orientasi pasar sendiri berpengaruh secara positif kepada volume penjualan dan pertumbuhan penjualan, namun orientasi pasar berpengaruh lebih kuat kepada pertumbuhan penjualan daripada kepada volume penjualan.

Sebelumnya telah dilakukan penelitian oleh (Sutisna, 2013) tentang pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dengan hasil yang menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM pengrajin angklung di Padasuka Bandung. Dan ini diperkuat oleh adanya orientasi pasar secara parsial berpengaruh terhadap

keunggulan bersaing dan inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UKM pengrajin angklung di Padasuka Bandung.

Dengan banyaknya UKM yang beroperasi dalam memproduksi batik di kabupaten Bangkalan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi pertumbuhan pemasaran produk batik, sehingga diperlukan peningkatan baik dari sisi kualitas dan inovasi produk dengan memanfaatkan orientasi pasar dan teknologi yang ada. Kepemimpinan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu UKM dalam menjalankan usahanya, sebab layaknya seorang manager di sebuah perusahaan yang harus mampu mengatur semua aktivitas perusahaannya, apakah usahanya sudah berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas akan dilakukan penelitian tentang analisis pengaruh kepemimpinan, orientasi teknologi, serta orientasi pasar pada inovasi produk dan perumusan strategi peningkatan daya saing UKM batik Bangkalan.

Teknik analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*) dan analisis SWOT. PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali (2011), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. Pendekatan menggunakan teknik analisis PLS dipilih karena lebih bersifat *predictive model* serta tidak didasarkan pada banyak asumsi, selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Sedangkan teknik analisis SWOT pada dasarnya merupakan suatu teknik untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi dasar bagi perencanaan strategi (*strategic planner*). Tujuan utama perencanaan strategi adalah untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

Sehingga dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan setiap UKM dalam melakukan inovasi produk, serta dapat menjadi bahan pertimbangan kebijaksanaan dalam melakukan inovasi produk yang dapat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu bagaimana pengaruh kepemimpinan, orientasi teknologi, serta orientasi pasar pada inovasi produk dan perumusan strategi peningkatan daya saing pada UKM batik di Bangkalan Madura.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap inovasi produk
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi teknologi terhadap inovasi produk
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap daya saing
5. Merumuskan alternatif strategi UKM batik Bangkalan untuk meningkatkan daya saing

1.4 Manfaat

Hasil dari penelitian ini dapat diimplikasikan sebagai bahan pertimbangan kebijaksanaan dalam melaksanakan inovasi produk yang dapat mempengaruhi daya saing.

1.5 Batasan

1. Objek yang diamati dalam penelitian ini adalah UKM batik di kabupaten Bangkalan yang melakukan serangkaian proses mulai dari proses produksi hingga proses pemasaran.
2. Data yang diteliti adalah data UKM yang telah terdaftar di dinas Koperasi dan UMKM Bangkalan tahun 2013.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun melalui beberapa tahapan umum sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis yang diajukan. Landasan teori bertujuan menguatkan teori tentang masalah yang dihadapi serta membentuk pola pikir melalui kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, meliputi metode pengumpulan data dan sampel penelitian, variabel penelitian, serta metode-metode yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian dan laporan hasil analisis berikut pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian akhir yang berisi simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran