

BAB I

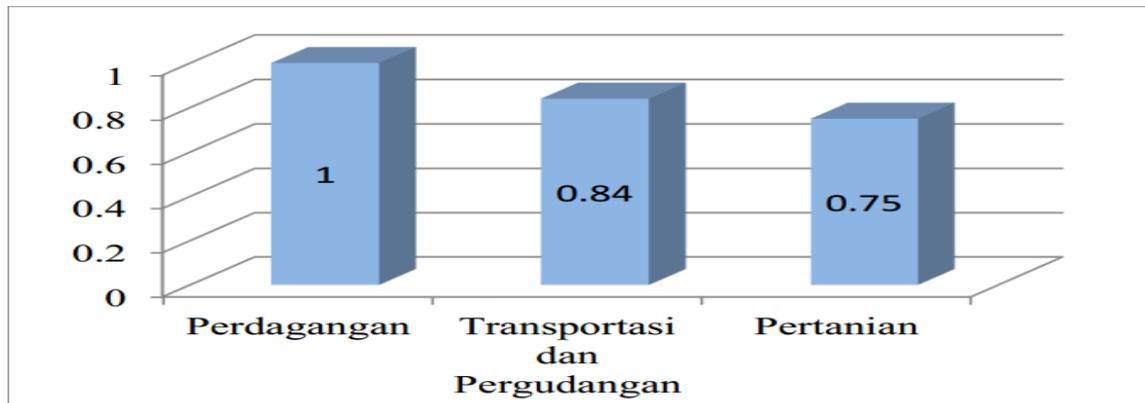
PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perubahan gaya hidup manusia di era yang modern ini yang banyak terjadi dimulai dari penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, minat beli yang tinggi akan produk baru dan juga dalam beberapa aspek kehidupan lainnya. Perubahan gaya hidup ini dapat dilihat dari perkembangan ekonomi di suatu negara. Menurut Yuliansyah, *et al.*, (2017) menyatakan bahwa “pada umumnya sebagian besar perkembangan ekonomi bangsa-bangsa dipengaruhi semangat dan inovasi pengusaha kecil”. Jadi dengan adanya usaha yang dijalankan oleh masyarakat akan membantu dalam pembangunan ekonomi.

Berdasarkan data BPS tahun 2017 didapatkan hasil bahwa adanya peningkatan jumlah UMKM di Indonesia dari tahun 2016-2017 sebanyak 1.271.529 unit usaha. Sehingga ini membuktikan bahwa adanya minat serta kemampuan masyarakat dalam membuka serta menjalankan usaha baru. Jenis usaha tersebut berupa industri pakaian, bidang kuliner, bidang pertanian, peternakan, perikanan dan lain-lain.

Menurut data BPS Provinsi Sumatera Barat didapatkan bahwa pertumbuhan usaha yang paling tinggi adalah usaha dalam sektor perdagangan dibandingkan dengan usaha transportasi dan pergudangan serta bidang pertanian, kehutanan dan perikanan.



Grafik 1.1

Pertumbuhan PDRB menurut Lapangan Usaha 2017

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2017

Peneliti memperkirakan hampir semua diwilayah Sumatera Barat mengalami peningkatan usaha. Salah satu usaha yang menarik untuk diteliti adalah usaha Furniture, karena berdasarkan survei awal di salah satu wilayah Sumatera Barat yaitu di Kota Payakumbuh dimana usaha ini merupakan usaha yang cukup berkembang namun diperkirakan hampir jarang terjadi gulung tikar dalam menjalankan usaha bahkan usaha ini juga mengalami perkembangan yang bagus di Kota Payakumbuh yang diperkuat dengan data BPS Kota Payakumbuh dimana dari 36 jenis usaha dengan total 1297 usaha didapat 87 diantaranya adalah usaha perabot rumah tangga.

Namun dalam perkembangan usaha ini berdasarkan pernyataan salah satu pengusaha perabot yaitu bapak Nasrizal yang mengatakan tidak semua usaha dapat berjalan lancar sesuai dengan yang direncanakan. Berdasarkan kesimpulan survei awal peneliti menduga ini terjadi karena ketidakmampuan pemilik atau pelaku bisnisnya dalam menghadapi persaingan, membaca perilaku konsumen serta tidak adanya kolaborasi yang pas dari pihak internal organisasi atau perusahaannya dan

juga tidak kesesuaian dari strategi yang diterapkan dengan strategi yang sudah direncanakan sebelumnya. Dimana ini semua menyangkut dengan kinerja dari usaha.

Pakar pemasaran seperti Sin *et al.*, (2002) dan Laukkanen *et al.*, (2013) mengungkapkan bahwa peran orientasi pemasaran yang signifikan (yang menyiratkan bahwa perusahaan harus fokus pada pelanggannya) dan orientasi strategis (yang berfokus pada bagaimana memanfaatkan dinamika bisnis) dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Dalam menghadapi persaingan sangat dibutuhkan kelihaihan dari pemilik atau pengurus atau pihak manajemen dalam melihat peluang, tindakan pesaing, dan kebutuhan konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Kepuasan konsumen diutamakan dalam hal usaha ini, karena pada dasarnya usaha ini diperuntukan untuk konsumen, untuk menarik daya beli konsumen akan produk dan ini semua merupakan kunci untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan konsumen (Jekanyika Matanda & Oly Ndubisi, 2016).

Perkembangan usaha maupun kebangkrutan usaha diduga bergantung dengan kinerja dari usaha tersebut, sehingga untuk dapat bertahan menghadapi persaingan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha, haruslah usaha itu sendiri berupaya untuk meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan survei awal yang dilakukan maka ditemukan banyaknya usaha perabot yang sudah berkembang di Kota Payakumbuh yang juga seiring dengan berangsur-angsur ada yang tutup, peneliti menduga bahwa sangat diperlukan perbaikan kinerja dari usahanya. Sehingga nantinya dapat mengurangi kebangkrutan usaha atau penutupan usaha.

Menurut Pe & Cruz-ros, (2010) penilaian kinerja merupakan gambaran serta dapat menerangkan secara sistematis tentang kekuatan dan kelemahan dari seseorang maupun kelompok dimana biasanya akan dilakuakn secara periodik atau sistematis baik dari segi prestasi kerja maupun perkembangan potensi kinerja.

Banyak aspek yang dapat dijadikan sebagai pengukuran kinerja usaha. Tan *et al.*, (2016) mengatakan bahwa orientasi pemasaran yang kuat adalah prasyarat untuk tinggi kinerja. Artinya, orientasi pemasaran yang tinggi meningkatkan pertumbuhan perusahaan dengan mengembangkan kepercayaan dengan pelanggan, pemasok dan organisasi keuangan lainnya dan menekankan pada integrasi strategi pemasaran. Dimana dalam mencapai kinerja perusahaan yang unggul dapat menggunakan orientasi strategi yang berbeda. Orientasi strategis merupakan elemen penting dari budaya organisasi yang memandu interaksi antara aktor-aktor pasar - pelanggan dan pesaing yang mendukung peningkatan atas kinerja usaha.

Penilaian kinerja juga bisa dilihat dari seberapa besar kepuasan pelanggan yang dapat dinilai seberapa besar para pelaku usaha melakukan orientasi terhadap pasar (Jekanyika Matanda & Oly Ndubisi, 2016). Delgado-ballester, (2010) juga menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan aset pengetahuan yang merupakan kunci dalam penerapan atau penggunaan terhadap sumber daya yang ada.

Dalam penelitian Tan *et al.*, (2016) didapatkan bahwa beberapa penelitian terdahulunya menguji tentang dampak orientasi pasar terhadap kinerja bisnis dan orientasi strategi terhadap kinerja bisnis, namun hasil dari setiap pengujian signifikan atau tidaknya itu tergantung terhadap sampel atau objek penelitian yang

digunakan. Menurut Ho, (2012) bahwa dampak sinergis dari orientasi strategi dan orientasi pasar ini perlu diperiksa di masa depan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka yang akan dikaji adalah tentang “Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Strategi terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Usaha Perabot di Kota Payakumbuh)”.

1.2. Rumusan Masalah

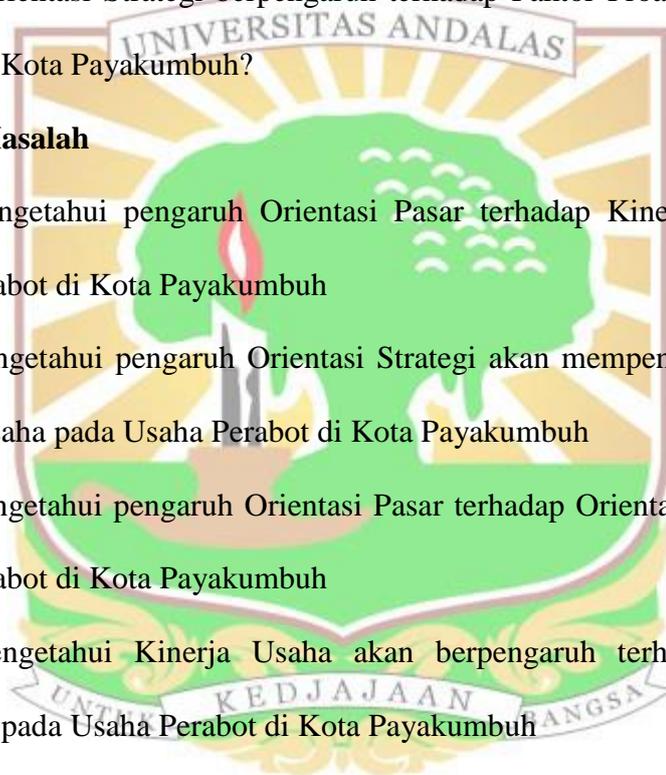
Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
2. Apakah Orientasi Strategi akan mempengaruhi terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
3. Apakah Orientasi Pasar akan mempengaruhi Orientasi Strategi pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
4. Apakah Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Kepuasan Karyawan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
5. Apakah Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Reputasi Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
6. Apakah Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Retensi Karyawan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
7. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Strategi Pemasaran pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?

8. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Efisiensi Operasional pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
9. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Filsafat Pelanggan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
10. Apakah Orientasi Strategi berpengaruh terhadap Faktor Defensif pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?
11. Apakah Orientasi Strategi berpengaruh terhadap Faktor Proaktif pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh?

1.3. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
2. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Strategi akan mempengaruhi terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
3. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar terhadap Orientasi Strategi pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
4. Untuk mengetahui Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Kepuasan Karyawan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
5. Untuk mengetahui Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Reputasi Usaha pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
6. Untuk mengetahui Kinerja Usaha akan berpengaruh terhadap Retensi Karyawan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
7. Untuk mengetahui Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Strategi Pemasaran pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh



8. Untuk mengetahui Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Efisiensi Operasional pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
9. Untuk mengetahui Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Filsafat Pelanggan pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
10. Untuk mengetahui Orientasi Strategi berpengaruh terhadap Faktor Defensif pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh
11. Untuk mengetahui Orientasi Strategi berpengaruh terhadap Faktor Proaktif pada Usaha Perabot di Kota Payakumbuh

1.4. Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat dari penelitian yang dilakukan:

1. Bagi perusahaan atau Usaha Perabot di Kota Payakumbuh, dapat mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi strategi terhadap kinerja usahanya dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan didalam penyusunan perencanaan dan dalam proses pengambilan keputusan dalam memajukan usahanya.
2. Bagi Universitas, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembandingan untuk penelitian sejenis lainnya.
3. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kenyataan yang sebenarnya didalam dunia bisnis sehari-hari.

1.5. Sistematika Penulisan

Didalam sistematika penulisan terdapat 5 bab, yaitu:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

Bab 2 menguraikan tentang teori yang berhubungan dengan Orientasi Pasar dan Orientasi Strategi terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Usaha Perabot di Kota Payakumbuh).

3. BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data dan analisis data.

4. BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 terdapat penulisan tentang pembahasan mengenai analisis karakteristik Orientasi Pasar dan Orientasi Strategi terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus Usaha Perabot di Kota Payakumbuh).

5. BAB 5 PENUTUPAN

Bab 5 berisi tentang kesimpulan dan saran mengenai analisis pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Strategi terhadap Kinerja Usaha.

