

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Industri kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang sangat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, karena kegiatan industri kecil menengah merupakan kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi serta membantu mewujudkan stabilitas nasional.

Beberapa kota di Sumatera Barat memiliki sentra industri bordir dan sulaman yang cukup terkenal, misalnya seperti di kerajinan sulaman silungkang di Bukittinggi, dan sulaman Pandai Sikek di Padang Panjang, hasil kerajinan bordir dan sulamannya bahkan telah sampai ke Negara asia bahkan eropa, hal tersebut membuat persaingan Industri kerajinan bordir dan sulaman saat ini semakin ketat, setiap Industri Kerajinan bordir dan sulaman harus mampu bertahan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap Industri Kerajinan bordir dan sulaman adalah keunggulan kompetitif (kompetitif advantage) yang harus dimiliki oleh setiap industri kerajinan khususnya kerajinan bordir dan sulaman agar dapat bertahan dan berkembang dengan baik serta mampu mempertahankan pelanggan yang telah ada dan mencari pelanggan-pelanggan potensial baru.

Seperti halnya kota-kota lain di Sumatera Barat, di Kota Pariamanpun memiliki Industri Kerajinan, khususnya untuk kerajinan bordir dan sulaman. Melalui pemerintahnya, kota Pariaman telah mencanangkan diri Sebagai Kota Tujuan Wisata Dan Ekonomi Kreatif Berbasis Lingkungan, Budaya dan Agama lewat ekonomi kreatif berbasis lingkungan

dengan menitik beratkan kepada pengembangan industri kreatif khususnya Industri bordir dan sulaman. Kota Pariaman sendiri memiliki potensi yang cukup besar dalam memajukan industri sulaman dan bordirannya. Hal ini terlihat dari empat wilayah yang dijadikan sentra kerajinan bordir diantara 17 desa yang berada di kawasan Kecamatan Pariaman Utara. Kawasan tersebut diantaranya adalah Manggung, Nareh, Nareh Hilia dan Balai Nareh. Empat desa tersebut menjadi sentra industri sulaman dengan produk utamanya adalah sulaman benang emas. Sebagian besar masyarakat di empat wilayah tersebut khususnya kaum perempuannya memiliki pekerjaan membordir dan menyulam untuk menambah penghasilan keluarga. Mereka membentuk kelompok-kelompok pengrajin yang dikoordinir didalam satu wadah koperasi dan UKM.

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Pariaman pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 jumlah unit usaha pada industri kerajinan sulaman dan bordiran di kota pariaman menunjukkan jumlah yang terus meningkat baik itu yang berasal dari industri formal maupun nonformal yang tersebar di 4 kecamatan di Kota Pariaman. Hal ini tentu saja akan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya di empat wilayah tersebut.

Table 1
Industri Kerajinan Bordiran dan Sulamandi Kota Pariaman Tahun 2013

No	Kecamatan	Bordiran				Sulaman			
		Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)	Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)
1	Pariaman Selatan	112	76	46,12	108,00	-	-	-	-
2	Pariaman Tengah	50	73	46,25	107,52	3	7	16,26	35,60
3	Pariaman Timur	292	87	117,41	287,25	-	-	-	-
4	Pariaman Utara	149	301	58,35	178,90	126	165	27,52	137,51
Total		603	537	268,13	681,67	163	172	43,78	173,11

Sumber:

Table 2
Industri Kerajinan Bordiran dan Sulamandi Kota Pariaman Tahun 2014

No	Kecamatan	Bordiran				Sulaman			
		Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)	Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)
1	Pariaman Selatan	112	115	94,02	119,86	-	-	-	-
2	Pariaman Tengah	55	70	46,25	117,40	4	64	46,77	76,98
3	Pariaman Timur	292	125	127,60	352,74	5	57	33,88	58,00

4	Pariaman Utara	149	238	70,68	196,60	162	1055	54,60	456,49
Total		608	548	338,55	786,60	171	1375	135,25	591,47

Sumber :

Table 3
Industri Kerajinan Bordiran dan Sulamandi Kota Pariaman Tahun 2015

No	Kecamatan	Bordiran				Sulaman			
		Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)	Unit	Tenaga Kerja	Aset (Rp. Juta)	Omset (Rp. Juta)
1	Pariaman Selatan	113	195	122,57	386,93	-	-	-	-
2	Pariaman Tengah	56	70	85,85	135,38	25	220	58,33	89,85
3	Pariaman Timur	293	767	217,36	652,74	15	112	36,82	65,64
4	Pariaman Utara	150	407	159,73	451,25	167	1065	58,33	591,21
Total		612	1439	585,51	1.626,20	207	1397	272,49	746,70

Sumber : BPS, Kota Pariaman dan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pariaman.

Berdasarkan Tabel 1 di atas terlihat bahwa jumlah unit usaha kerajinan bordiran dan sulaman tahun 2015 lalu di 4 Kecamatan di Kota Pariaman yaitu Pariaman Selatan, Pariaman Tengah, Pariaman Timur dan Pariaman Utara berjumlah sebanyak 819 unit usaha (612 unit bordiran dan 207 unit sulaman), naik sebanyak 1,05% atau (608 unit bordiran dan 171 Unit sulaman) pada tahun 2014, dan sebesar 0,93% atau (603 unit bordir dan 163 unit sulaman) pada tahun 2013. Kecamatan Pariaman Timur adalah wilayah pengrajin bordiran terbanyak (47,88%) dan Kecamatan Pariaman Utara adalah wilayah pengrajin sulaman terbanyak (80,68%). Inudstri bordiran dan sulaman di Kota Pariaman telah mampu menyerap sekitar 2.836 tenaga kerja dengan omset sebesar Rp. 2.372,90 juta dan aset mencapai Rp. 857,93 juta per tahun. Jika dilihat dari sisi skala usaha industri bordiran dan sulaman di Kota Pariaman secara keseluruhan, maka dapat digolongkan ke dalam Usaha Mikro, namun memiliki peranan penting dalam perekonomian selain dapat membuka lapangan pekerjaan, menjadi sumber pendapatan keluarga dan masyarakat, dan umumnya yang bekerja di sektor ini adalah wirausaha perempuan. Berdasarkan data Diskoperindag Kota Pariaman (2015), industri bordiran dan sulaman telah mengalami peningkatan dari tahun 2013sampai dengan tahun 2015 sekitar 0,73% per tahun.

Tetapi dibalik peningkatan industri bordir dan sulaman tersebut, masih ada beberapa kendala yang dialami pengrajin khususnya untuk pengrajin bordir dan sulaman ini, antara lain adalah permasalahan yang banyak dihadapi oleh sebagian besar pelaku usaha di sektor ini, salah satunya adalah kurangnya pengetahuan dalam mengelola usaha dimana aspek pengelolaan manajemen usaha masih dilakukan secara tradisional dan rata-rata para pengrajin belum paham bagaimana cara memajukan usaha sehingga mereka tidak mampu mengatasi pertumbuhan persaingan pasar.

Persaingan pasar dalam sektor ini yang cukup besar adalah *Sulaman Songket Sawahlunto, Tenunan Pandai Sikek, Sulaman Silungkang, dan Batik Tanah Liek Padang* yang cukup signifikan. Kendala lainnya adalah pemanfaatan teknologi dan inovasi dalam usaha masih minim, pengrajin kebanyakan masih menggunakan alat-alat tradisional dan model-model yang dihasilkan masih terikat dengan motif-motif lama yang sudah diajarkan turun temurun oleh orang tua mereka, dan banyak dari pengrajin lebih cenderung menjadikan pekerjaannya sebagai usaha sampingan saja.

Kendala lainnya dari industri bordir dan sulaman di Kota Pariaman adalah aspek pemasaran khususnya yang berhubungan dengan bagaimana menentukan pangsa pasar yang akan dimasuki, bagaimana tren pasar saat ini, dan bagaimana bentuk inovasi produk dan kemasan produk yang digemari saat ini. Pengrajin di Kota Pariaman kurang memiliki kemauan untuk belajar bagaimana memajukan usaha mereka, dan juga kurang memiliki kemauan dan keberanian untuk berinovasi sehingga dalam penyediaan pesanan belum sesuai dengan permintaan pembeli (pasar). Pengrajin cenderung tidak variatif baik dari aspek motif ataupun perpaduan warna serta harga produk kurang bersaing (Wawancara Pelaku Usaha, 2016).

Dalam lingkungan bisnis yang berubah begitu cepat (*emerging market*), setiap bisnis atau usaha harus mampu menyesuaikan dengan perubahan tersebut agar mampu bertahan

dan besar dalam pasar industri. Perubahan lingkungan bisnis secara langsung akan mempengaruhi perubahan terhadap ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang sangat sensitif terhadap harga, adanya kompetitor baru yang bermunculan, saluran distribusi baru dan saluran komunikasi baru yang semakin canggih, menjadi pendukung bangkitnya otomasi penjualan dan pemasaran (Lin & Chen, 2007). Untuk itu, diperlukan pemasaran (marketing) yang handal dan dinamis yang mampu berinteraksi dengan pasar. Oleh karena itu, salah satu hal yang harus diperhatikan bagi setiap unit usaha atau industri dalam memajukan usahanya menurut Gray, et. al (2002) adalah bagaimana meningkatkan orientasi pembelajaran, orientasi pasar, dan inovasi pemasaran melalui perbaikan kualitas kinerja pemasaran usaha sehingga nantinya akan menghasilkan keunggulan bersaing (competitive advantage).

Telah banyak hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa aspek orientasi pembelajaran, inovasi pemasaran, perbaikan kinerja pemasaran dan penciptaan keunggulan bersaing adalah kunci utama dalam mengatasi persoalan industri kerajinan khususnya di sektor kerajinan bordir dan sulam yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Usaha di sektor ini cenderung meningkatkan kreatifitas dengan menghasilkan produk dan program pemasaran yang baru dan sarat makna (novel and meaningful) (Suhersono, 2007). Hasil penelitian O'Dweyer, et. al (2009); Parrot, et. al (2010), perusahaan kecil umumnya tidak ada atau sedikit perencanaan pemasaran yang akan memberikan kontribusi terhadap kegagalan bisnis. Gray, et. al (2002) menyatakan bahwa dengan orientasi pembelajaran dan inovasi pemasaran dapat memperluas basis pasar dan preferensi lokal tertentu dengan kreatifitas pelakunya karena konsumen akan memilih produk dengan nilai kreatifitas tinggi dan unik sebagai keunggulan bersaing yang berkelanjutan dalam menghadapi persaingan.

Pentingnya peningkatan orientasi pembelajaran merupakan hal yang sangat dasar namun menjadi cara yang sangat strategis bagi suatu usaha untuk dapat menciptakan

produk yang diinginkan oleh konsumen dengan meningkatkan inovasi pemasaran produk yang mereka hasilkan. *Adi sismanto (2006)* menyatakan bahwa inovasi dapat ditingkatkan melalui orientasi pembelajaran dan orientasi pasar dimana inovasi produk dan keunggulan bersaing yang dihasilkan oleh perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Pemahaman terhadap keinginan pasar akan mampu meningkatkan kinerja pemasaran usaha dengan nilai kreatifitas dan keunikan produk yang akan menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Sumberdaya yang dimiliki oleh industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman saat ini seharusnya mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi setiap pelaku usaha secara umum seperti kurangnya inovasi pengrajin dalam meningkatkan kualitas produk baik dari desain, motif, warna, dan diversifikasi produk serta masih kurangnya keinginan pengrajin untuk mengikuti pelatihan untuk bahan percontohan, mahalnya bahan baku, kerjasama usaha dan pameran fesyen atau pameran produk bordiran dan sulaman dengan manajemen usaha yang lebih baik (Wawancara Pelaku Usaha, 2016). Berdasarkan latar belakang uraian diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian tentang ***“Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran dan Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus : Industri Kerajinan Bordiran dan Sulaman Kota Pariaman)”***.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman?

2. Bagaimana pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja perusahaan pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman?
3. Bagaimana pengaruh kinerja perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman?

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja perusahaan pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman
3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada industri kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman?

I.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang pemasaran baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1. *Bagi Akademisi dan Peneliti.* Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam pengetahuan dan pengalaman penelitian di bidang manajemen pemasaran, khususnya strategi pemasaran yang dapat direkomendasikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada Industri Kerajinan Bordiran dan Sulaman di Kota Pariaman melalui peningkatan orientasi pembelajaran, inovasi pemasaran, dan kinerja perusahaan. Sehingga dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. *Bagi Industri Kerajinan Bordiran dan Sulaman di Kota Pariaman.* Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan menambah pengetahuan manajemen usaha kecil dan menengah atau sebagai wirausaha di sub sektor fesyen khususnya di bidang bordiran dan sulaman yang lebih baik di masa datang. Kemudian, kajian ini hendaknya dapat digunakan sebagai masukan bagi para pengrajin bordiran dan sulaman di Kota Pariaman dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada Industri Kerajinan Bordiran dan Sulaman di Kota Pariaman melalui peningkatan orientasi pembelajaran, inovasi pemasaran, dan kinerja perusahaan.

3. *Bagi Pemerintah atau Unit Kerja Terkait di Kota Pariaman.* Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukkan dalam merumuskan kebijakan perusahaan pada Industri Kerajinan Bordiran dan Sulaman di Kota Pariaman melalui peningkatan orientasi pembelajaran, inovasi pemasaran, dan kinerja perusahaan. Pemerintah Kota Pariaman dapat mengkaji lebih jauh dengan membuat visi misi dan program kerja satuan unit pemerintahan yang terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Pariwisata, dan lembaga lainnya khususnya di bidang pengembangan strategi pemasaran UMKM sub sektor fesyen dengan produk bordiran dan sulaman yang lebih dikenal saat ini dengan sebutan Industri Kreatif.

I.5. Ruang Lingkup Penelitian

Pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini lebih fokus kepada hal-hal berkaitan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, yaitu :

1. Untuk lebih fokusnya pembahasan dan pengujian empiris dalam penelitian ini, maka peneliti hanya mengkaji pengaruh orientasi pembelajaran dan inovasi pemasaran terhadap kinerja perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada industri

kerajinan bordiran dan sulaman di Kota Pariaman. Untuk melihat kejelasan hubungan antar konstruk laten (*causalitas effect*), maka dilakukan estimasi terhadap indikator setiap konstruk *observasional* baik secara langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) dengan menggunakan pendekatan Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Model = SEM*).

2. Penelitian ini dilakukan terhadap seluruh pengrajin atau usaha kerajinan sub sektor feysen dengan produk bordiran dan sulaman di Kecamatan Pariaman Selatan, Pariaman Tengah, Pariaman Timur, dan Pariaman Utara Kota Pariaman dengan 4 wilayah sentra kerajinan (Manggung, Nareh, Nareh Hilia, dan Balai Nareh) dengan produk utama adalah *Bordiran dan Sulaman Benang Emas* sebagai responden dengan menggunakan seperangkat kuisioner sebagai instrumen penelitian. Pemilihan lokasi ini sesuai dengan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pariaman tahun 2015 yang telah menetapkan 4 kawasan tersebut sebagai Sentra Kerajinan Bordiran dan Sulaman Kota Pariaman.

I.6. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dibuat agar dapat memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang akan dibahas bab demi bab dalam penelitian ini. Adapun susunan pembahasan bab per bab dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut :

3. Bab I, bab ini merupakan bab pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian serta sistematika penelitian.
4. Bab II, bab ini merupakan tinjauan teoritis, disini secara lengkap akan dikupas tentang konsep dasar dan strategi pemasaran, konsep orientasi pembelajaran, konsep inovasi pemasaran, konsep kinerja perusahaan, dan konsep keunggulan bersaing.

Juga akan dibahas tentang hubungan antara berbagai variabel penelitian secara teoritis dan empiris, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis penelitian.

5. Bab III, bab ini merupakan bab yang menyajikan metode penelitian, terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.
6. Bab IV, bab ini merupakan bab pembahasan, yang berisi gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian, pengujian hipotesis penelitian, dan pembahasan hasil penelitian yang ditemukan.
7. Bab V, bab ini merupakan bab penutup, dalam bab ini penulis akan berusaha memberikan simpulan serta saran-saran obyektif terkait dengan permasalahan yang ada, dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini.

