

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia bertambah jumlahnya. Tetapi dengan banyaknya UMKM, belum di ikuti dengan kinerja UMKM yang baik. Hal ini menyebabkan UMKM di Indonesia masih kalah bersaing dengan negara ASEAN lain. Padahal Pemerintah telah membantu menyiapkan formula pembiayaan pada sektor usaha kecil dan menengah dengan suku bunga pinjaman berkisar 12%-15% (kemenperin.go.id) dan dengan mempermudah mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Kepala Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia (BI) Yunita Resmi Sari (2018) “kontribusi UMKM terhadap unit usaha 99,9% dari total 57,89% dengan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja 96,9% dan PDB 57,56% dan ekspor 15,68%” (finance.detik.com). Dapat dilihat UMKM dapat membantu pemerintah menambah lahan perkerjaan dan meningkatkan sumber daya manusia, serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Kota Bekasi menjadi salah satu kota besar atau megapolitan di Jabodetabek dengan jumlah usaha pada tahun 2016 sebesar 203.056.

Tabel 1. Jumlah Usaha/Perusahaan Menurut Skala Usaha di Kota Bekasi

Lapangan Usaha	UMK	UMB	Jumlah
Pondokgede	19.595	1.264	20.859
Jatisampurna	8.783	715	9.498
Pondokmelati	9.001	265	9.266
Jatiasih	16.932	452	17.384
Bantargerbang	8.56	371	8.931
Mutika Jaya	14.904	411	15.315
Bekasi Timur	29.739	647	30.386
Rawalumbu	15.535	625	16.16
Bekasi Selatan	17.149	2.571	19.72
Bekasi Barat	20.404	623	21.027
Medansatria	12.662	957	13.619
Bekasi Utara	20.355	536	20.891
Jumlah	193.619	9.437	203.056

Sumber: www.bekasikota.bps.go.id

Dari jumlah usaha diatas, 23,24% adalah usaha penyediaan akomodasi dan penyediaan makan/minum (<https://bekasikota.bps.go.id/>). Sektor kuliner yang menjadi menjadi salah satu usaha yang dipilih oleh para pelaku usaha karena makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok bagi manusia. Salah satu kecamatan di Bekasi yaitu Pondokmelati, jumlah UMKM kuliner dari tahun 2015-2017 berfluktuatif:

Tabel 2. Data UMKM KULINER Kecamatan Pondokmelati

Jenis Sarana	Tahun		
	2015	2016	2017
UMKM	38	39	30

Sumber: Kecamatan Pondokmelati

Berdasarkan tabel di atas terdapat penurunan yang besar terhadap UMKM kuliner pada tahun 2016-2017, menurunnya perkembangan sebuah usaha dapat terjadi karena kinerja pemasaran yang tidak baik (Sumarwan, dkk, 2011). Sedangkan kinerja pemasaran adalah “suatu yang ingin dicapai oleh perusahaan yaitu kemampuan perusahaan dalam mengefektifkan perusahaan, meningkatkan pangsa pasar serta profitabilitas” (Ferdinand, 2002). Dalam keberlangsungan perusahaan dibutuhkan orientasi pasar (Darmanto dan Kuntono 2016, hlm 44). “Orientasi pasar merupakan rangkaian yang dapat meningkatkan kekuatan dan kinerja dari produk yang inovasi” (Sarjita, 2017, hlm 28). Pengusaha yang melakukan inovasi produk akan meningkatkan kinerja pemasaran yang dirancangnya menjadi lebih baik (Guspul, 2016).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hatta (2015) menyatakan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Sukarno (2011) mengungkapkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dan Utaminingsih (2016) menyatakan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas dan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kecamatan Pondokmelati Bekasi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
- b. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk membuktikan apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
- b. Untuk membuktikan apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?

1.4 Manfaat Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penulisan di atas, manfaat penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.
- b. Manfaat Praktis Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah terutama yang berkaitan dengan kinerja pemasaran. Dan selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan program pemecahan masalah kinerja pemasaran.