

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN
(Studi Kasus pada UMKM Industri Batik Kota Semarang)**

**Usulan Penelitian Skripsi
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



**Disusun Oleh :
Anitya Makhrifah
Nim : 30401210516**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DALAM MENINGKATKAN KINERJA
PEMASARAN**

(Studi Kasus pada UMKM Industri Batik di Kota Semarang)

Disusun Oleh :
Anitya Makhrifah
NIM 30401210516

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 26 April 2019

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Dr. H. Asyhari, SE, MM

Penguji I



Dra. Hj. Sitty Yuwalliatin

Penguji II



Dra. Sri Hindah PH, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal Oktober 2019



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Ardian Adhiatma, SE, MM

PERNYATAAN KEASLIAN ARTIKEL

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anitya Makhrifah

NIM : 30401210516

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)

Menyatakan bahwa artikel dengan judul : “ **Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada UMKM Industri Batik di Kota Semarang)**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal : .adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam artikel ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik artikel yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah – olah tulisan saya sendiri. Dan saya bersedia bila gelar dan ijasah yang diberikan oleh universitas dibatalkan.

Semarang, Agustus 2019

Yang Memberi Pernyataan



Anitya Makhrifah

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh dari orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing industri batik di kota Semarang. Untuk keperluan tersebut, penelitian memilih 40 pengrajin dan pemilik industri batik di kota Semarang. Temuan menunjukkan orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Penelitian juga menemukan bahwa keunggulan bersaing benar-benar menjadi mediasi penting dalam menjembatani hubungan orientasi pasar dan inovasi produk dengan kinerja pemasaran. Dengan memeriksa literatur beragam orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing serta kinerja pemasaran, temuan penelitian ini memberikan analisis yang unik tentang inovasi produk batik di Semarang terhadap kinerja pemasaran pada UMKM industri batik di kota Semarang. Diskusi konseptual dan hasil empiris memperpanjang penelitian sebelumnya tentang budaya inovasi dan orientasi pelanggan pada UMKM industri batik.

Kata Kunci : orientasi pasar, inovasi produk, keunggulan bersaing, kinerja pemasaran.

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe and analyze the influence of market orientation and product innovation on marketing performance through the competitive advantage of the batik industry in the city of Semarang. For this purpose, the study chose 40 batik craftsmen and owners in the city of Semarang. Findings show market orientation and product innovation have a positive effect on competitive advantage and marketing performance. The research also found that competitive advantage really became an important mediation in bridging market orientation relations and product innovation with marketing performance. By examining literature on various market orientations, product innovations, competitive advantages and marketing performance, the findings of this study provide a unique analysis of the innovation of batik products in Semarang on the marketing performance of the SMEs in the batik industry in Semarang. Conceptual discussions and empirical results extend previous research on the culture of innovation and customer orientation in the batik industry SMEs.

Keywords: market orientation, product innovation, competitive advantage, marketing performance.

INTISARI

Orientasi pasar merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan seiring berjalannya peningkatan persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. Orientasi pasar merupakan budaya bisnis dimana organisasi mempunyai komitmen supaya tetap terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan. Sedangkan Inovasi produk merupakan sebuah penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Persaingan yang semakin bertambah ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih suatu produk, menuntut perusahaan untuk dapat lebih inovatif dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh para pesaing. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah memaksa perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk-produk inovatif. Dengan demikian inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan.

Apa yang dijelaskan di atas pada dasarnya menunjukkan meskipun secara teoritis inovasi produk dan orientasi pasar merupakan saran strategis dalam meningkatkan kinerja pemasaran, namun secara praktis kedua variabel tersebut tidak selalu menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik. Guna mengatasi masalah ini, beberapa penelitian telah menyarankan bahwa untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik, inovasi produk haruslah menghasilkan keunggulan bersaing terlebih dahulu.

Penelitian lain juga menyarankan pentingnya peran keunggulan bersaing sebagai mediasi dalam pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Bila hal tersebut diaplikasikan pada UMKM industri batik di kota Semarang, sangat mungkin keunggulan bersaing memediasi hubungan antara inovasi produk dan orientasi pasar dengan kinerja pemasaran.

Berdasarkan *research gap* yang dikemukakan diatas maka rumusan masalah dalam studi ini adalah : “Bagaimana orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dengan dimediasi oleh keunggulan bersaing?”. Dengan demikian tujuan utama studi ini tidak lain adalah membangun model teoritikal untuk mengatasi kesenjangan pada hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

Responden studi ini adalah pemilik dan pengrajin batik di kota Semarang. Jumlah sampel yang diambil adalah 40 responden, metode pengambilan sampel adalah “purposive sampling. Kemudian teknik analisis dengan menggunakan analisis regresi dengan program SPSS. Berdasarkan pengujian hipotesis studi ini

dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan orientasi pasar benar-benar menjadi prodiktor penting kunggulan bersaing dan kinerja pemasaran UMKM industri batik di kota Semarang.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Hai anakku, dirikanlah shalat dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah).”

(QS Al-lukman: 17)

Persembahan:

Karya ini kupersembahkan kepada Orang tua ku tersayang :

Saudara-saudara

Sahabat-sahabat baikku

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini dengan judul “PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (Studi Kasus pada UMKM Industri Batik Kota Semarang)”

Penulisan usulan penelitian skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program strata satu pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyusunan usulan penelitian skripsi ini, penulis telah mendapat bantuan, pengarahan, semangat dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Asyhari, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu luangnya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan pengetahuan tentang banyak hal kepada saya, terutama dalam hal pembuatan dan penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Hj. Olivia Fachrunisa, SE, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

3. Bapak H. Ardhian Adhiatma SE, MM selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Drs. Zaenuddin, MM selaku wali dosen, terima kasih atas segala masukan serta dorongan yang telah diberikan selama ini kepada saya.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu (Eko Mulyanto dan Rahayu Dwi Atmi) tercinta selaku orangtua untuk semua doanya, untuk segala dukungan dan motivasinya yang tak pernah putus serta pengorbanan beliau yang luar biasa setiap waktu. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti.
7. Kakak, (Adityo Suko Rahardjo dan Evi Muftiviani) yang selalu memberi semangat. Terimakasih atas doa, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan.
8. Suami, Taufan Rizkianto yang selalu mendampingi dan memberi semangat. Terimakasih atas doa, kesabaran, bimbingan, dorongan dan dukungan yang telah diberikan.
9. Keluarga besar yang tidak pernah lelah memberikan doa, semangat serta bimbingan selama ini.
10. Para teman teman penulis kelas MANAJEMEN D FE UNISSULA, kelas MANAJEMEN PEMASARAN UNISSULA yang telah memberikan

semangat dan doa kepada penulis hingga selesainya usulan penelitian skripsi ini.

11. Para sahabat dan teman terbaikku, Novi, Ode, Ayu, Desi, Wisnu, Angga, Peny, Eka, Yuliana, Indah, Riya, Fella, Ima yang telah memberikan semangat, motivasi, keseruan, kekeluargaan, semangat, masukan, bantuan dan doa kepada penulis hingga selesainya usulan penelitian skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan usulan penelitian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang terkait.

Semarang, April 2019

(Anitya Makhrifah)