

sesuai dengan tujuan penelitian, yakni kriterianya pemilik minimal sudah menjalankan usaha 1 tahun. Kemudian kuesioner dibagikan kepada 88 responden, kemudian hasil jawaban responden dianalisis menggunakan software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *business performance* dipengaruhi oleh *customer orientation*, jika *customer orientation* pada tenun ikat troso semakin baik, *business performance* semakin meningkat, artinya peningkatan *business performance* dibangun oleh indikator-indikator *customer orientation* yang mencangkup dimensi kbutuhan dan keinginan pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan dan berkomitmen untuk memuaskan pelanggan. Selanjutnya jika *product innovation* semakin baik maka *business performance* semakin meningkat. Sedangkan *competitive advantage* di pengaruhi oleh *product innovation* dan *competitive advantage* berpengaruh pada *business performance*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era saat ini, persaingan bisnis semakin berkembang, diantaranya adalah dipicu oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah termasuk bagian kehidupan masyarakat untuk mencapai kebutuhannya. Peran IKM dalam perekonomian Indonesia dibuktikan dengan populasi persebaran usaha terbesar, memiliki kontribusi pada serapan dalam tenaga kerja, (Lestari, 2010). Banyaknya tenaga kerja yang terserap, sehingga IKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan mempunyai fungsi mengurangi kemiskinan. Ada beberapa alasan mengapa keberadaan IKM sangat diperlukan yaitu

IKM lebih baik untuk mendapatkan yang produktif, IKM produktifitasnya meningkat, IKM telah memiliki keunggulan dibanding usaha yang besar (Rodriquez dan Sandeem, 2001).

Kabupaten Jepara terkenal dengan tenun ikat troso yang berasal dari Desa Troso. Tenun ikat troso dibuat dari berupa benang lungsin sebelumnya di ikat terlebih dahulu kemudian celup di zat pewarna yang alami. Perkembangan kerajinan ikat Kabupaten Jepara memiliki potensi yang unggul, dibuktikan dengan pencapaian nilai produksi terbesar ke dua setelah furnitur kayu. Memberikan pandangan bahwa IKM tenun ikat dapat dikembangkan dan memiliki potensi untuk di kembangkan, pada peningkatan kinerja kualitas bisnis tenun ikat sendiri di Kabupaten Jepara. Selain di Desa Troso tenun ikat banyak tersebar di beberapa Desa seperti Pecangaan, dll. Perkembangan industri tenun ikat di Kabupaten Jepara senantiasa mengalami perubahan.

Tabel 1.1
Perkembangan Industri Tenun Ikat di Kabupaten Jepara
Tahun 2013-2017

Tahun	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Volume Produksi (Meter)	Nilai Produksi (Rp. 000)
2013	517	7.918	26.076.855	418.793.724
2014	698	10.689	35.203.754	650.428.277
2015	724	11.087	36.515.163	570.932.805
2016	756	11.577	38.129.093	596.167.404
2017	740	11.332	37.322.128	583.550.104

Sumber : Disperindag Kabupaten Jepara

Berdasarkan data diatas menyatakan bahwa perkembangan industri tenun ikat khususnya pada nilai produksi mengalami pertumbuhan

yang melambat dan kecenderungan menurun dari tahun 2013 - 2017. Penurunan nilai produksi sebesar 12,2% terjadi di tahun 2015, selanjutnya tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 2,11%, sedangkan ditahun 2016 mengalami peningkatan, hanya saja peningkatan nilai produksinya lebih sedikit dari tahun 2014. Pertumbuhan yang melambat pada nilai produksi tenun ikat mengindikasikan adanya permasalahan pada kinerja bisnis industri tenun ikat yang dihasilkan. Berdasarkan observasi permasalahan yang sering dihadapi para pengusaha adalah mengenai bahan yang baku, permodalan, serta tenaga kerjanya juga. Bahan yang baku dalam membuat tenun ikat berasal dari India dan Bandung, kualitas benang yang unggul berasal dari impor India, sering kali para importir bahan baku memainkan harga kepada para pengrajin, akibatnya banyak pengrajin yang mengalami kesulitan dalam menghasilkan tenun sehingga terjadi pengurangan hasil produksi. Sulitnya para pengrajin dalam mendapatkan modal usaha, tidak jarang para pengrajin hanya memproduksi sesuai kemampuan yang dimiliki. Regenerasi penenun berkurang, bergesernya minat tenaga kerja dalam menenun disebabkan munculnya beberapa perusahaan garmen di Jepara. Mengakibatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan usaha mempengaruhi dalam mewujudkan kinerja bisnis yang unggul.

Mereka mengatakan bahwa sebuah perusahaan memiliki keunggulan kompetitif jika dapat mencoba menawarkan produk berkualitas dengan harga yang sedikit lebih turun daripada pesaingnya. Kunci untuk keberhasilan perusahaan dalam industri apapun tidak hanya

terbatas pada ketergantungan pada sumber untuk akuisisi keuntungan, tetapi prestasi terbaik diasumsikan bagi perusahaan-perusahaan, yang selalu melihat keunggulan bersaing dari berbagai sudut pandang dan memanfaatkan dari berbagai sumber daya untuk menciptakan keunggulan bersaing (Nasiri et al. 2013).

Suatu pemahaman yang sangat bagus terhadap pelanggan pasti dapat mendorong sebuah manajemen supaya dapat memahami secara baik yang telah menjadi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Di saat sebuah perusahaan sendiri mampu menyediakan, menciptakan produk bahkan jasa yang sangat baik yang seperti dengan kebutuhan serta keinginan para konsumen bisa dipastikan para konsumen pasti membeli suatu produk dan juga jasa tersebut. Suatu perusahaan yang berorientasi pelanggan menekankan pada pemahaman dan memenuhi kebutuhan mereka (pelanggan) (Narver & Slater, 1990). Mencapai keuntungan melalui terciptanya nilai unggul bagi pelanggan mereka dengan menawarkan solusi terbaik kepada kebutuhan pelanggan.

Inovasi merupakan suatu kemampuan yang bertujuan untuk menerapkan gagasan solusi yang kreatif kepada masalah serta peluang supaya dapat memperkaya bahkan meningkatkan kehidupan (Cornwall & Scarborough 2016). Salah satu yang bisa bertahan, tumbuh, dan tetap dalam kondisi yang baik adalah terus berinovasi, mengembangkan produk, dan melakukan proses (Sebora, Tower Hartman, di Indriani & Prasetyowati, 2008; Jabbari Tohidi, 2012)

Barney (1991) Perusahaan harus memiliki beberapa kemampuan dan potensi untuk pengembangan dan mempekerjakan keunggulan bersaing sehingga mereka dapat digunakan dalam menciptakan sumber daya tak terhingga, berharga, langka, dan tidak tergantikan. Menurut (Porter, 1998) Keunggulan bersaing mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih besar daripada kompetitor mereka. Sebaliknya, perusahaan yang buruk, maka akan tipis keunggulannya dalam hal bersaing yang dimilikinya. Kinerja bisnis nantinya akan digunakan untuk mengetahui apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi. Keberhasilan dalam sebuah bisnis tentunya tidak bisa terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh bisnis tersebut.

Hasil berdasarkan penelitian-penelitian yang terdahulu, maka dipastikan masih terdapat perbedaan pendapat yang mengenai pengaruh *customer orientation, product innovation* terhadap *competitive advantage, bussiness performance*.

Sin, Chow, Yau, Tse & Lee (2005) Menggali pengaruh orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi fungsional untuk kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fokus pelanggan memiliki dampak baik terhadap bisnis. Ismail dan Mamat (2011), Gainer & Padanyi (2005) Chen, dkk. (2004), & Harrison (2001) berpendapat bahwa fokus pelanggan memiliki efek positif yang sangat langsung pada kinerja organisasi akan tetapi hasilnya bertentangan dinyatakan oleh Voss. G. B.

& Voss. Z. G. (2000). Demikian juga Smirnova et al., (2011) menyatakan juga bahwa suatu orientasi pada pelanggan dan juga koordinasi antar fungsi, merupakan komponen-komponen dari orientasi pada pasar.

Hongming, (2007) berpendapat berdasarkan teknis tidak dapat secara langsung mempengaruhi pekerjaan organisasi. Lin (2008), inovasi itu sendiri memiliki efek. Saunila (2014) percaya bahwa antara kinerja perusahaan adalah positif signifikan.

Pendapat Minoja(2010) mengatakan keunggulan bersaing inovasi yaitu negatif. Dan Wingwon(2012) hubungannya yaitu positif antara keunggulan bersaing inovasi. Vazquez(2014) mengatakan bahwa terdapat perbedaan yang keunggulan bersaing ,inovasi. pendapat tersebut dapat dukungan juga dari Aziz & Samad (2016), mengatakan inovasi sendiri memiliki perbaikan kuat Penelitian dari al-Alak dan Tarabieh (2011) dalam studi industri perbankan di Yordania menemukan bahwa orientasi pelanggan mencapai keunggulan kompetitif melalui diferensiasi yang dapat kelebihan unggul.

Sebuah studi oleh Lakhali (2009) menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Monsur dan Yoshi (2012) menyatakan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Sedangkan Russell dan Millar (2014) menyatakan bahwa hubungan antara keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan adalah negatif signifikan.

Persaingan dalam Industri kecil menengah Kabupaten Jepara

dituntut supaya masing-masing pengusaha bisa memiliki serta menciptakan orientasi pelanggan. Hal tersebut bisa dilakukan untuk harapan meningkatkan pada kinerja bisnis. Oleh karena itu, sangat penting pihak dari manajemen supaya menciptakan perhatian serta orientasi besar untuk konsumen bahkan di pasar. Dalam hal tersebut, tertarik dilakukan Analisis Pengaruh *Customer Orientation*, *Product Innovation* dan *Competitive Advantage* untuk meningkatkan *Business Performance* pada Industri Keci Menengah Tenun Ikat di Kabupaten Jepara.

1.2 Rumusan Masalah

Yang dapat mempengaruhi faktor-faktor dalam peningkatan *Competitive Advantage* & *Business Performance* yaitu *Customer Orientation* & *Product Innovation*. berorientasi kepada pelanggan, suatu perusahaan akan mengetahui yang telah diperlukan pelanggan, maka bisa diatur dalam hal strategi supaya dapat meningkatkan rasa kepuasan pada pelanggan serta bisa secepatnya beradaptasi dengan ketatnya dunia persaingan. Perusahaan sangat butuh melakukan inovasi yaitu menciptakan terobosan baru, hal itu mengembangkan proses yang baru, mengembangkan pemasaran dalam bidang, ataupun pengembangan manajemen dalam sistemnya. Dalam rumusan permasalahan diatas, dapat disimpulkan pertanyaan penelitian;

1. Bagaimana pengaruh *Customer Orientation* terhadap *Business Performance*?

2. Bagaimana pengaruh *Product Innovation* terhadap *Business Performance*?
3. Bagaimana pengaruh *Customer Orientation* terhadap *Competitive Advantage*?
4. Bagaimana pengaruh *Product Innovation* terhadap *Competitive Advantage*?
5. Bagaimana pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan kata-kata dari masalah yang diberikan sebelumnya, tujuan penelitian berikut harus dicapai:

1. Mampu mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Customer Orientation* terhadap *Business Performance*
2. Mampu mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Product Innovation* terhadap *Business Performance*
3. Mampu mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Customer Orientation* terhadap *Competitive Advantage*
4. Mampu mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Product Innovation* terhadap *Competitive Advantage*
5. Mampu mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *Competitive Advantage* terhadap *Business Performance*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian harus bermanfaat bagi penulis pada khususnya, serta bagi pembaca pada umumnya. Manfaat meliputi:

1. Manfaat teoritis

untuk berkembangnya manajemen pemasaran. Untuk bahan masukan terhadap pelaku UKM dapat menambah dalam kinerja bisnisnya itu melalui daya unggul yang bersaing, orientasi pasar serta inovasi

2. Manfaat praktis

Memberikan penambahan dalam informasi serta referensi kepada fakultas ekonomi universitas islam sultan agung (UNISSULA), para mahasiswa atau pembaca ikut serta membantu pihak yang sangat berkepentingan. Dalam menambah hal pengetahuan atau pustaka dalam ilmu sosial yang paling utama yaitu menyinggung manajemen pemasaran di perusahaan bahkan di industri terkemuka.