

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis sebuah kegiatan manusia yang bersifat *universal*. Makna dari universalitas bisnis berarti bahwa bisnis bukan suatu hal yang hanya dimiliki oleh seseorang, bangsa, atau salah satu agama. Melainkan semua orang, siapa pun dan apapun latar belakangnya berhak melakukan bisnis. Dengan itu semua orang berhak memenuhi kebutuhan hidupnya dari apa yang dihasilkan melalui bisnis. Kemudian perbedaan dari latar belakang tersebut membuat dunia bisnis menjadi ramai. Seiring perkembangan perekonomian yang berjalan sangat pesat, perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih saat ini menunjukkan adanya tingkat persaingan yang tinggi diberbagai dunia bisnis yang ada, dengan itu mampu menyebabkan era globalisasi yang kini tidak dapat dihindari bagi setiap kalangan bisnis. Bahwasannya di era persaingan dunia bisnis seperti saat ini semakin kompetitif, semakin ketat menuntut perusahaan untuk memiliki strategi penjualan yang tepat dalam menghadapi pesaing. Dalam melakukan suatu bisnis perlu dicermati dan disikapi agar perusahaan dapat terus bertambah bahkan dapat terus meningkatkan penjualannya. Karena setiap usaha atau bisnis harus memiliki kemampuan mengembangkan strategi yang tepat sehingga mampu beradaptasi dalam persaingan bisnis saat ini.

Untuk itu setiap usaha atau bisnis memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan keberlangsungan bisnisnya untuk jangka panjang. Strategi yang diharapkan perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk yaitu sesuai dengan target. Sebagaimana usaha untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan harus memilih dan mengetahui mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan.

Dengan hal tersebut untuk menghadapi era seperti ini, nantinya ketergantungan perusahaan akan menuju pada orientasi kewirausahaan yang para pemiliknya harus disertai dengan kemampuan perusahaan untuk merumuskan strateginya atau mengimplementasikan strategi tersebut dengan baik. Seorang yang mendirikan usaha harus memiliki jiwa kewirausahaan seperti usaha kue geti ini di Desa Jabalsari. Wirausaha adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko atau ketidakpastian demi memperoleh keuntungan, melalui kesempatan dan peluang serta memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Sehingga untuk kewirausahaan bisa digunakan sebagai suatu proses penerapan kreatifitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha. Menurut Lumpkin dan Dess keberhasilan wirausaha tergantung pada pribadi atau motivasi pribadi. Salah satu aspek yang penting dalam motivasi pribadi dalam berwirausaha adalah orientasi kewirausahaan.² Berdasarkan orientasi kewirausahaan digambarkan sebagai proses, praktik

² Calvin Sine, Membangun Orientasi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Kinerja UKM, *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya* Vol. 13, No. 4 Desember 2015, hlm. 1.

dan pengambilan keputusan kegiatan yang mengarah pada suatu yang baru.³ Untuk itu proses kewirausahaan membutuhkannya orientasi kewirausahaan, dikarenakan peran orientasi kewirausahaan akan menentukan arah gerak usaha yang telah dirintis dan nantinya harus melalui pencarian ide peluang serta keberanian mengambil resiko.

Inovasi produk sangat penting juga dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan nilai manfaat produk bagi konsumen. Nilai manfaat yang dirasakan oleh konsumen ialah terpenuhinya kebutuhan yang diinginkan konsumen pada suatu produk tersebut. Jika inovasi produk terus menerus dengan baik dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Menurut Sismanto, inovasi adalah bagaimana kita dapat meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama untuk berganti menjadi kebiasaan baru yang lebih menguntungkan.⁴ Bahwasannya inovasi terhadap suatu produk berpotensi meningkatkan nilai perusahaan di mata konsumen dan inovasi terhadap produk merupakan sebuah kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk bertahan dengan ketatnya persaingan dalam suatu industri bisnis. Inovasi produk sendiri yaitu sebagai proses memperkenalkan teknologi baru. Dan jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan di pasar dan dari istilah inovasi sering dikaitkan dengan penciptaan (*invention*).⁵ Jadi, ketika perusahaan mampu berinovasi

³ Irfanunnisa' Tsalits Hartanty dan Alifah Ratnawati, Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing, *Jurnal EKOBIS* Vol. 14 No. 2, Januari 2013, hlm. 75.

⁴ Arini Mayang Fauni, Tesis: "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Usaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Kabupaten Kudus" (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2017), hlm. 7.

⁵ Susi Desmaryani, *Wirausaha dan Daya Saing*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 41.

terhadap produknya yang dihasilkan maupun diharapkan perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja pemasaran dalam menghadapi ketatnya persaingan.

Bisa dilihat dari perusahaan yang dapat mempertahankan pangsa pasarnya dan memanfaatkan peluang yang ada dalam bisnis guna untuk meningkatkan penjualan, tak terkecuali bisnis dalam perusahaan UD. Primadona Kue Geti di Desa Jabalsari terbilang selalu berkembang, namun tingginya peluang perusahaan tersebut adapun usaha yang lebih menarik ataupun lebih digemari. Kondisi inilah yang nantinya akan menyebabkan perusahaan mengalami persaingan dalam usaha kue geti semakin tinggi dikarenakan akan adanya persaingan antara usaha produk lain yang lebih modern. Karena itu perusahaan harus menerapkan strateginya dalam rangka untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan baru dan juga untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi. Tanpa dukungan strategi yang tepat, perusahaan akan sulit untuk bertahan di tengah persaingan pada dunia industri bisnis.

Dengan adanya persaingan begitu ketat, sehingga secara langsung atau tidak langsung perusahaan harus tetap berusaha untuk melakukan perbaikan, penyempurnaan dan bahkan sampai ke inovasi-inovasi baru jika menginginkan usaha yang dijalankan lebih unggul. Untuk itu sangatlah penting dalam mengubah strategi yang maksimal demi mempertahankan eksistensi usaha yang telah dibangun. Sehingga bisa meningkatkan kinerja pemasaran di pasar, serta harus mampu menghadapi berbagai tantangan-

tantangan yang ada. Agar dapat meningkatkan kinerja dalam suatu bisnis, maka dalam menjual produk tidak hanya berdasarkan pada kualitas produk saja tetapi juga bergantung pada strategi yang umumnya digunakan oleh perusahaan.

Di dalam dunia bisnis produksi kue geti itu sangat kompetitif sehingga diperlukan strategi penjualan yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan bisnis dengan yang lain. Pemilihan strategi dengan tepat hal yang harus dilakukan adalah menerapkan strategi tersebut agar dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi pelanggan tetap atau setia. Untuk persaingan selalu terjadi diantara pembisnis dalam memasarkan produknya. Oleh karena itu pembisnis menuntut setiap pemasar agar mampu melaksanakan kegiatan yang lebih efektif dan efisiensi. Bahwa UKM itu dipandang memiliki kemampuan untuk bergerak cepat dalam pengambilan keputusan karena memiliki karakter yang dinamis dan memiliki kemampuan dalam berinovasi.

Sehingga kaitannya dengan hal di atas dapat diuraikan bahwa keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya tergantung dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dengan kemampuannya dalam menyusun program-program penjualan yang kreatif. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi perusahaan untuk memiliki perhatian atau orientasi yang baik menuju pemasaran serta terus berinovasi dan membentuk strategi yang tepat, sehingga dapat memaksimalkan penjualannya dikarenakan kegiatan-kegiatan tersebut saling berkaitan satu sama lain. Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi

untuk meningkatkan penjualan dengan judul **“Strategi Kewirausahaan dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan strategi kewirausahaan dan inovasi produk dalam meningkatkan penjualan kue geti UD. Primadona. Fokus penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi kewirausahaan dalam meningkatkan penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari?
2. Bagaimana strategi inovasi produk dalam meningkatkan penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari?

C. Tujuan Penelitian

Bahwa menjalankan suatu aktivitas pasti memiliki tujuan, demikian pula peneliti juga memiliki tujuan tersebut antara lain :

1. Menjelaskan strategi kewirausahaan dalam meningkatkan penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari.
2. Menjelaskan strategi kewirausahaan dalam meningkatkan penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari.

D. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa pokok permasalahan yang terkait dengan penelitian ini sangatlah luas, sehingga diperlukan batasan masalah untuk memudahkan dalam proses penelitian. Untuk ruang lingkup dalam penelitian berfokus sesuai dengan tujuan yaitu meningkatkan penjualan melalui strategi orientasi kewirausahaan dan inovasi produk kedalam perusahaan.

2. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan masalah pada penelitian ini, dimana peneliti menghindari adanya pembahasan yang berlebihan. Bahwasannya tujuan dari penelitian yaitu untuk membahas mengenai apa saja yang tercantum pada rumusan masalah penelitian. Maka dari itu peneliti memerlukan batasan agar fokus untuk membahas sesuai dengan tujuan penelitian ini. Oleh karena itu, batasan masalah dalam penelitian lebih fokus pada strategi kewirausahaan dan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan Kue Geti UD. Primadona dalam meningkatkan penjualan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan serta wawasan pengembangan ilmu dasar di bidang ekonomi khususnya manajemen pemasaran yang berkaitan dengan strategi kewirausahaan dan inovasi

produk dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Intansi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan atau pelaku bisnis dalam upaya mengembangkan usaha agar mampu meningkatkan penjualannya yang terus meningkat berdasarkan strategi pemasarannya dengan berkewirausahaan serta mengeluarkan inovasi yang dapat menjadikan keunggulan bersaing pada suatu produk. Atau guna menambah wawasan dalam menghadapi usaha yang semakin kompetitif dengan tetap meningkatkan penjualannya.

b. Bagi Akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi dan mampu memberikan sumbangasih perbendaharaan di Perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini bisa dijadikannya sumber informasi sekaligus sebagai sumber rujukan tambahan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang selaras.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Istilah dari penegasan ini terdapat suatu variabel (makna) terkait dengan sumber yang sudah terdapat pada penelitian, yang mana nantinya

inti yang telah didapatkan akan dijadikan suatu makna nantinya akan dirumuskan melalui faktor variabel yang telah diamati. Dan dari sini makna yang didapat dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Kewirausahaan menunjukkan pada sikap mental yang dimiliki seorang wirausaha dalam melakukan usaha ataupun kegiatan
- b. Inovasi produk sebagai suatu yang baru dan sangat berarti dari pengenalan produk baru di pasar pada waktu tertentu. Atau sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk bisa memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang telah diproduksi.
- c. Penjualan suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan

2. Definisi Operasional

Maksud dari “Strategi Kewirausahaan dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari” yang terdapat di dalam penelitian ini yakni untuk mengkaji secara detail mengenai cara perusahaan meningkatkan penjualannya melalui strategi kewirausahaan dan inovasi produk yang dilakukan di sebuah perusahaan yang berada di Desa Jabalsari dengan tujuan untuk meningkatkan strategi penjualannya, sehingga perusahaan bisa terus berkembang serta memiliki keunggulan yang bagus dan mampu mempertahankan usaha yang sudah dijalankan.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan pemahaman sistematika penulisan ini berisi keseluruhan penelitian terdiri dari bagian awal, bagian utama dan bagian akhir penelitian. Sistematika dalam penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Kewirausahaan dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Kue Geti UD. Primadona di Desa Jabalsari” adalah sebagai berikut :

Bagian awal berisi dari halaman sampul depan, sampul judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian utama dengan keseluruhan isi dari penelitian ini terdiri dari enam bab, masing-masing bab disusun secara rinci dan sistematis antara lain:

- Bab I : Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah (ruang lingkup dan keterbatasan penelitian), manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.
- Bab II : Landasan Teori, dalam bab ini memuat tujuan-tujuan teori yang relevan berdasarkan uraian kewirausahaan, inovasi produk, dan penjualan, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.
- Bab III : Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data atau sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data,

pengecekan keabsahan temuan, dan tahapan-tahapan penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian, bab ini terdiri dari paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan analisis data atau sebagai uraian yang terdiri gambaran umum mengenai objek penelitian dan penyajian data yang membahas tentang hasil temuan penelitian di lapangan.

Bab V : Pembahasan, berisi tentang temuan penelitian dengan teori dan penelitian yang ada atau hasil yang sudah dilakukan dengan mendeskripsikan temuan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya.

Bab VI : Penutup, terdiri dari kesimpulan keseluruhan dan saran.

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.