

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan sektor usaha yang memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia baik dilihat dari kontribusi terhadap PDB Nasional maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. UKM juga merupakan satu-satunya sektor ekonomi yang mampu bertahan dalam menghadapi terpaan krisis moneter yang mempropagandakan struktur ekonomi Indonesia. Seiring dengan era globalisasi saat ini, UKM dituntut untuk melakukan pembenahan dan perubahan agar dapat meningkatkan daya saingnya. Salah satu upaya yang mutlak dilakukan oleh UKM agar mampu bersaing adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi (TI).

Dunia bisnis saat ini semakin berkembang dan semakin banyak pesaing yang tidak dapat dihindari salah satu langkah strategis dalam rangka mengatasi masalah ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang dapat dilakukan adalah dengan cara mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM). karakteristik antara lain: menggunakan teknologi sederhana dan menyerap tenaga kerja sehingga dapat mewujudkan pemerataan kesempatan berusaha dan pemerataan pendapatan. Di samping itu juga UKM membantu dalam meningkatkan perekonomian dan pendapatan daerah.

Keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam menciptakan stabilitas ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan pemerataan pendapatan, namun karena tingkat produktivitasnya yang rendah menyebabkan nilai tambah bagi

kegiatan ekonomi yang menjadi rendah. Produktivitasnya dan nilai tambah bagi usaha kecil yang rendah dikarenakan faktor ketidakstabilan pertumbuhan market pada bidang yang digelutinya.

Permasalahan pertumbuhan dikarenakan kurangnya pemahaman, informasi pasar, yang disediakan oleh pemerintah ataupun lainnya tentang sektor-sektor mana yang memiliki potensial market yang tinggi, di wilayah mana, dan kapan sektor tersebut memiliki potensial market yang tinggi dan berapa lama titik jenuh atau *live cycle* dari sektor atau produk tersebut dan kapan inovasi itu harus dilakukan dan pada instrumen apa inovasi tersebut harus ditekankan.

Persaingan bisnis yang begitu ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja pemasaran, karena keberhasilan dalam bersaing akan berpengaruh terhadap kinerja pemasarannya. Kinerja pemasaran merupakan ukuran keberhasilan perusahaan yang diukur pada jangka waktu yang telah ditentukan sebagai nilai dari aktifitas yang telah disusun dan dilaksanakan untuk mengetahui apakah strategi yang disusun dan pelaksanaannya sudah tepat atau sebaliknya (Puspitasari, 2015). Meningkatkan kinerja pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha merupakan cara yang tepat agar tetap unggul dalam persaingan dan produknya bisa dikenal dan diminati konsumen. Dengan kata lain, pemasaran sangat berperan penting dalam menjalankan kemajuan dan kelangsungan hidup suatu usaha, baik usaha di bidang jasa maupun di bidang penjualan suatu produk dalam menghadapi persaingan (Wachjuni, 2014).

Berangkat dari fenomena tersebut penulis melihat bahwa, di daerah Gorontalo itu sendiri UKM sebagai salah satu penggerak ekonomi masyarakat Kota Gorontalo hingga saat ini masih memiliki daya saing yang rendah. Masih rendahnya penggunaan teknologi termasuk teknologi informasi merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya daya saing tersebut. Jika tetap dibiarkan akan berdampak negatif terhadap UKM di Kota Gorontalo diantaranya: Produk yang akan di tawarkan nilai jualnya akan mengalami penurunan dan akan berdampak pada sektor UKM tertentu. Berikut adalah gambaran banyaknya Jumlah industri tahu tempe menurut Kab/Kota di Provinsi Gorontalo:

Tabel 1.1

Jumlah industri Tahu Tempe UKM Menurut Kab/Kota Gorontalo

Desa/Kelurahan	Nama Perusahaan>Nama Pemilik	Nilai Investasi	Jumlah Produksi
Bugis	Bintang Lestari	3.000	20.000
Bugis	Reaja Karya II	25.000	54.000
Ipilo	Saimin	25.000	54.000
Ipilo	Sukidi	25.000	54.000
Ipilo	Sumber Sari	25.000	54.000
Ipilo	Remaja Karya	25.000	54.000
Heledulaa Selatan	Sugianto Salmin	25.000	54.000
Heledulaa Utara	Yuslam Baladraf	25.000	54.000
Heledulaa Utara	Remaja Karya II	25.000	54.000
Moodu	Pasca Karya	8.450	2.400
Moodu	Nur Shodaqah	8.450	2.400
Moodu	Putri Liana	8.450	2.400
Moodu	Mas Darta	10.000	2.400
Helut	Pabrik Tahu Berkah	3.000	14.000
Heledulaa Selatan	Berkat	7.000	24.000
Dembe Jaya	Suleman Tanua	10.000	120
Dembe Jaya	Subandi	10.000	120
Dembe Jaya	Randy	10.000	120
Tenda	Fitry	10.000	800
Total	19	288.350	500.760

Sumber: Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian dan Perdagangan 2020

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian dan Perdagangan (KUMPERINDAG) menurut Kab/Kota Gorontalo menunjukkan bahwa jumlah industri tahu dan tempe di Kab/Kota Gorontalo sebanyak 19 industri yang tersebar di beberapa kecamatan dan kelurahan. Dari jumlah industri diatas bahwa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa populasi adalah seluruh industri yang ada di Kab/Kota Gorontalo. Dari data di atas adalah lokasi industri, Nama Industri, nilai investasi dan jumlah produksi industri tahu tempe Kab/Kota Gorontalo. Berikut adalah pernyataan dari Dinas Koperasi UKM terkait perkembangan dalam meningkatkan UKM di Provinsi Gorontalo

Dinas Koperasi UKM Perindustrian dan Perdagangan (Kumperindag) Provinsi Gorontalo terus meningkatkan kemampuan manajerial para pengurus UKM di daerah ini. Dengan meningkatkan kapasitas manajerial pengurus di harapkan bisa lebih tumbuh dan berdaya saing di era digital saat ini. Kepala Dinas Kumperindag M Nadjamudin menjelaskan rakortek ini bertujuan untuk menyinergikan program pemberdayaan koperasi dan UKM antar pemerintah Kab/Kota dan Provinsi Gorontalo (sumber: www.gorontalo.go.id).

Melihat dari perkembangan saat ini usaha kecil menengah (UKM) di kota Gorontalo sekarang ini tingkat persaingannya masih sangat minim, walaupun pelaku bisnis UKM di Grontalo terbilang sudah banyak. Dengan semakin majunya perkembangan teknologi sekarang ini maka pelaku bisnis UKM mampu berusaha mengedepankan kinerja dalam pemasaran dengan menekankan mutu dan kualitas produk secara dalam memasarkannya yang bertujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai dengan target para pelaku bisnis UKM.

Para pelaku bisnis usaha kecil menengah (UKM) ini akan mempengaruhi kinerja pemasaran serta dalam lingkungan persaingan, sejalan dengan berkembangnya teknologi saat ini. Pelaku bisnis UKM yang ada di Kota Gorontalo harus mampu melihat lingkungan pasar. Karena dengan hanya terfokus pada peningkatan kualitas produk dan berupaya besar mendapatkan keuntungan tidak cukup untuk mengembangkan UKM yang nantinya akan berhadapan dengan pesaing yang handal dalam bisnis UKM. Untuk itu solusi yang dapat di tawarkan yakni dalam rangka peningkatan daya saing UKM di Kota Gorontalo diperlukan suatu kajian untuk memetakan kondisi penggunaan teknologi informasi serta faktor-faktor pendorong dan penghambat adopsi teknologi informasi di kalangan pelaku UKM.

Keterbaharuan melalui penelitian ini adalah pengujian secara komprehensif tentang pengaruh lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran industri tahu tempe di Kota Gorontalo. Berdasarkan penjabaran di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran serta menguji ulang atas hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu yang dikarenakan adanya inkonsistensi dengan penelitian yang lain mengenai lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran.

Adapun alasan peneliti menggunakan variabel ini, karena variabel tersebut telah digunakan oleh beberapa peneliti terdahulu namun mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada, maka peneliti mengajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Lingkungan Persaingan Terhadap Kinerja Pemasaran”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya usaha kecil menengah (UKM) yang bermunculan sehingga mengharuskan setiap industri memiliki persaingan agar dapat bertahan.
2. Minimnya persaingan yang di terapkan terhadap kinerja pemasaran dalam dunia usaha.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusalah masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut: seberapa besar pengaruh lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran pada industri tahu tempe di Kota Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditetapkan, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan persaingan terhadap kinerja pemasaran pada industri tahu tempe di Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penellitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi semua pihak, yaitu antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan tentang lingkungan persaingan dan kinerja pemasaran.

2. Bagi Industri bahan pangan

Memberikan informasi kepada Industri untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan lingkungan persaingan dan kinerja pemasaran untuk meningkatkan penjualan industri tahu tempe di Kota Gorontalo.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan informasi ilmiah untuk memperluas wawasan pihak lain yang berkepentingan dibidang manajemen strategi dengan mengambil penelitian sama akan tetapi dengan perusahaan yang berbeda. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang bisnis.