

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di berbagai sektor semakin ketat pada era globalisasi sekarang ini. Dan persaingan tersebut tidak dapat dihindari, tidak hanya pesaing dari dalam negeri namun banyak tumbuh investor asing yang memasuki pasar Indonesia. Untuk dapat terus mempertahankan eksistensinya, maka sebuah perusahaan harus ikut bersaing. Hanya satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan jika ingin terus eksis tanpa bersaing yaitu dengan menciptakan samudera biru, istilah Kim dalam buku *Blue Ocean Strategy*, dimana perusahaan mencari pasar yang belum ada pesaingnya. Namun tidaklah mudah bagi perusahaan untuk menciptakan pasar baru tersebut, maka jalan yang harus diambil adalah dengan bersaing. Persaingan dapat tercipta melalui strategi. Strategi dalam hal ini tercermin dalam orientasi kewirausahaan, orientasi pasar serta lingkungan.¹

Persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Oleh karena itu persaingan menentukan kegiatan yang perlu bagi perusahaan untuk berprestasi, seperti inovasi, budaya, atau implementasi yang baik. Strategi bersaing merupakan upaya mencari posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, karena fundamental di mana persaingan berlangsung. ada tiga macam strategi generik yaitu keunggulan biaya, diferensial, dan fokus. Faktor lain yang juga berperan penting terhadap kinerja keuangan dalam situasi persaingan bisnis yang ketat adalah strategi bisnis yang tepat. Di dalam organisasi yang berorientasi pembelajaran, akan berkembang pengetahuan baru dan pemahaman baru yang secara potensial akan mempengaruhi perilaku.²

¹ Setyawati dan Harini, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen), *Jurnal Magister Manajemen*, Universitas Diponegoro, (2013), 1.

² J.E. Sutanto, Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi Dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Keuangan, *Ekuitas* Vol. 13 No. 4 Desember (2009):. 446-447.

Pemasaran memegang peran strategis bagi kelangsungan suatu bisnis. Sebuah bisnis dengan hasil produk yang biasa saja bisa jadi sukses hanya karena strategi pemasaran yang tepat. Dalam kegiatan apa pun pada dasarnya memerlukan peran pemasaran sebagai upaya untuk mencapai tujuan dalam mengembangkan usaha. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan usaha, berkembang dan mampu bersaing, dapat terjadi apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan, serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran. Untuk itu, dibutuhkan orang-orang yang dinamis, mempunyai kreativitas, inisiatif dan keuletan dan dapat memuaskan konsumen.³

Rencana bisnis merupakan bukti bahwa seorang wirausahawan telah melakukan penelitian yang diperlukan, mempelajari peluang bisnis yang memadai, dan siap untuk menjalankan usahanya dengan sebuah model bisnis yang menguntungkan yang berisi rincian gambaran kegiatan operasi dan rencana keuangan, peluang dan strategi pemasaran serta kemampuan pengelolaan. Rencana bisnis ini menguraikan arah dan tujuan perusahaan yang ingin dicapai beserta strategi mencapainya sebagai jalan bagi wirausahawan menuju pembangunan yang sukses.⁴

Untuk memberikan nilai yang superior bagi pelanggan dapat diwujudkan melalui usaha menciptakan dan memelihara budaya yang mampu menghasilkan perilaku yang diperlukan ke arah tersebut. Orientasi Pasar (*market orientation*) dan orientasi pembelajaran (*learning orientation*) adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalam membentuk perilaku guna menciptakan nilai yang superior bagi pembeli dan kinerja superior secara berkesinambungan bagi bisnis. Perusahaan yang berorientasi pasar secara formal akan melakukan aktivitas yang menghasilkan intelijensi pasar serta menyebarkan hasil intelijensi ke seluruh departemen dan tanggap untuk

³ Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 18.

⁴ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), x-xi.

menindaklanjuti apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen.⁵

Islam memandang dunia ini bukan sebagai sesuatu yang hina dan harus dihindari. Tapi Islam mengajarkan agar bisa dimanfaatkan dunia sebagai bekal kehidupan akhirat (*al dunya mazra'at al akhirah*)⁶, Al Qur'an dan Al-Hadits sebagai sumber utama umat Islam banyak memberikan penjelasan tentang bagaimana sikap terbaik yang harus dilakukan dalam kehidupan di dunia ini. Selain memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), Islam juga memberikan beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha.

Dalam menjalankan bisnis tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan. Islam mendorong pemeluknya untuk menjadi manusia-menusia yang tidak pernah puas dengan apa yang telah dicapai dan selalu haus akan adanya penemuan-penemuan baru. Allah SWT berfirman:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (QS. Al-Insyirah: 7).⁷

Dari firman Allah tersebut dapat diambil hikmah bahwa dalam mengerjakan segala sesuatu kita harus bersungguh-sungguh dan bekerja keras dan bila satu pekerjaan tersebut selesai maka jangan berhenti berusaha akan tetapi kerjakanlah urusan lain dengan sungguh-sungguh pula. Karena dengan berusaha dan bekerja keras kita akan memperoleh kesuksesan. Kesuksesan seseorang, ternyata

⁵ J.E. Sutanto, Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi Dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Keuangan, *Ekuitas* Vol. 13 No. 4 Desember (2009): 446.

⁶ Muhammad Asep Zaelani, *Etika dan Prinsip Bisnis dalam Islam* (online), <http://agustianto.niriah.com/2008/04/11/etika-bisnis-dalam-islam/>, 2008, diakses tanggal 1 September 2019.

⁷ Tim Penulis Naskah Alquran, *Alquran dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018), 340.

bukan semata kehebatan pemikiran dan keterampilannya, tetapi juga membutuhkan kekuatan mental yang akan melecutkan potensi menjadi sebuah kekuatan yang luar biasa. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.⁸

Usaha perlu dikelola dengan baik karena fungsi pengelolaan atau manajemen adalah untuk dapat mencapai keteraturan, kelancaran dan kelangsungan usaha serta agar orang dapat bekerja secara efisien sehingga dapat mencapai efisiensi. Usaha industri dapat berkembang dan berjalan lancar apabila seseorang dapat mengelola usaha dengan baik yaitu dengan menggunakan semua pengetahuan, pengalaman dan ketrampilan dalam menangani usaha secara rapi yang meliputi manajemen keuangan dan permodalan, faktor produksi, faktor tenaga kerja (SDM) dan faktor pemasaran.

Bagi wirausaha muslim sikap yang dimaksud adalah kepribadian yang terwujud dalam pola berpikir yang Islami (*aqliyyah Islamiyyah*) dan pola jiwa yang Islami (*nafsiyyah Islamiyyah*) pula. Maka aneh jika ada wirausaha muslim yang gampang disuap, malas dan menggantungkan diri pada selain Allah, gampang menyerah dan putus asa, pasif, tidak bersungguh-sungguh dan tidak disiplin dan sebagainya, padahal Allah selalu mendorong kita untuk optimis dan selalu berbuat kebajikan.

Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ

إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

⁸ Mohammad Jafar Hafsa, "Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)", *Jurnal INFOKOP*, Nomor 25 Tahun XX, 2004, hal. 40.

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan. (QS. At-Taubah ayat 105).⁹

Terdapat *research gap* pada penelitian yang menguji pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis islam dalam mencapai keunggulan bersaing. Pada variabel inovasi produk, hasil penelitian Utaminingsih dan Carbonell, dkk menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, namun hasil penelitian Julina, dkk menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Penelitian Intan Sherlin yang berjudul "Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing". Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk, dan kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing batik Kerinci

Usaha pembuatan busana berbahan dasar Bordir yang ada di Kudus, merupakan usaha yang termasuk usaha turun menurun dari orang tua, namun ada juga yang merupakan usaha rintisan yang bukan usaha turun menurun sebuah keluarga. Usaha pembuatan busana berbahan dasar Bordir ini memproduksi berbagai macam busana berbahan dasar Bordir dari berbagai bahan kain yang beragam, dan berbagai ukuran. Daerah pemasaran produk bordir ini meliputi daerah Jawa Tengah, Jawa Timur hingga Bali dan Lombok. Harga pemasaran juga beragam untuk setiap pengusaha, namun demikian tidak terpaut terlalu tinggi. Sehingga antara satu dengan pengusaha yang lainnya saling bersaing secara sehat.

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa untuk mencapai keunggulan bersaing diantara sesama usaha pembuatan bordir, maka pengusaha selalu mempelajari

⁹ Tim Penulis Naskah Alquran, *Alquran dan Terjemahannya* (Kudus: Mubarakatan Thoyibah, 2018), 140.

perkembangan pasar saat ini, yaitu mengenai kecenderungan pasar yang yaitu lebih menginginkan produk dengan model apa dan bagaimana, namun observasi dilapangan menunjukkan bahwa ada sekitar 10 pengusaha atau sekitar 25% dari total 40 pengusaha yang belum mampu bersaing menghadapi persaingan yang ada hal ini dikarenakan pengusaha belum mampu untuk berinovasi yaitu bagaimana menciptakan produk yang baru. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan keunggulan bersaing sentra produksi bordir, disamping itu tempat penelitian juga mudah dijangkau oleh peneliti serta keterbukaan pihak pengusaha dalam memberika informasi kepada peneliti.

Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Hasil penelitian Nasir menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja.¹⁰ Namun hasil penelitian Sherlin menunjukkan bahwa inovasi produk belum mampu meningkatkan kinerha usaha.¹¹ Demikian halnya pada hasil penelitian Sherlin menunjukkan bahwa kinerja berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.¹² Namun hasil penelitian Kurnia Sari menunjukkan bahwa kinerja tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.¹³

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis Islam dalam Mencapai Keunggulan Bersaing pada UKM Bordir Kudus”**.

¹⁰ Akhmad Nasir, “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5 No. 1, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol (2017): 20-21.

¹¹ Intan Sherlin, “Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing”, *Jurnal Benefita*, Vol. 1 No. 3, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci (2016): 111.

¹² Intan Sherlin, “Pengaruh Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing”, *Jurnal Benefita*, Vol. 1 No. 3, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci (2016): 111.

¹³ Rika Devi Kurniasari, “Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar””, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Universitas Negeri Yogyakarta (2018): 467.

B. Rumusan Masalah

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing usaha mikro, kecil dan menengah, agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus maka dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan yang diteliti dibatasi pada pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis islam dalam mencapai keunggulan bersaing. Obyek penelitian pada UKM Bordir Kudus. Subyek penelitian pada pengusaha UKM Bordir Kudus. Dari hasil pemaparan latar belakang diatas, maka bisa diambil rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis Islam pada UKM Bordir Kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM Bordir Kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis Islam dalam mencapai keunggulan bersaing pada UKM Bordir Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis Islam pada UKM Bordir Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM Bordir Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis Islam dalam mencapai keunggulan bersaing pada UKM Bordir Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan :

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan dalam upaya mencapai keunggulan bersaing dalam UMKM.
2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah : hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada pemerintah dalam mengambil kebijakan untuk membina UMKM dalam upaya mencapai keunggulan bersaing melalui peningkatan inovasi.
- b. Bagi Pengusaha: Sebagai masukan mengenai upaya-upaya yang perlu diambil berkaitan dengan dalam upaya mencapai keunggulan bersaing UMKM.
- c. Bagi Peneliti dan Pembaca: Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan bagi peneliti dan pembaca mengenai dalam upaya mencapai keunggulan bersaing UMKM melalui peningkatan inovasi. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian dengan topik yang sama tetapi populasi yang berbeda.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini memuat latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teoritis

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini yang meliputi teori yang berkaitan dengan inovasi, kinerja bisnis

Islam dan keunggulan bersaing, kerangka pemikiran, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum UMKM Suling Winong Pati, statistik deskriptif responden, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi, hasil uji t parsial, hasil uji F simultan analisis data dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, saran dan penutup.

3. Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.