

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sejalan meningkatnya perekonomian yang kian meningkat menjadi peningkatan ekonomi semakin pesat. Melalui perlombaan antar bisnis kian ketat, maka maraknya pebisnis yang mempunyai ide yang bagus. Ini pula terjadi untuk bisnis yang memproduksi makanan serta minuman yakni perseroan itu diwajibkan untuk lebih bagus dibandingkan perseroan yang lain.

Kinerja pemasaran menjadi aspek yang terus dipakai oleh perusahaan guna mengetahui hasil dengan cara menghitung seluas mana kinerja atau peringkat pasar barang, mandasari (2020). Dengan menjual dan menawarkan sebuah produk tidak akan jauh dari sebuah pemasaran. Pemasaran ialah bagian vital pada satu usaha. Sehingga sangat diperlukan kinerja agar mengetahui sejauh mana pasar yang telah dicapai oleh pengusaha. Dengan begitu keberhasilan dalam produk akan berakhir pada kinerja pemasaran.

Seiring berjalannya waktu, salah satu kota dengan usaha mikro, kecil, dan menengah adalah Kota Batam. Bisnis ini dikembangkan dari berbagai kalangan, termasuk anak muda dan kelompok lain yang berpacu membuat usaha. Seperti yang ada dialun-alun kawasan SP (sentosa perdana) banyaknya pedagang kaki lima yang membuka sejumlah macam usaha yang dibangun, dimulai pada macam makanan berat, makanan ringan dan juga berbagai macam jenis minuman. Untuk itu, harus memerlukan respon positif yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan

bijak dalam menanggapi pembinaan usaha agar dapat memenuhi sebuah kinerja pemasaran.

Berdasarkan penelitian pada pedagang alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Kota Batam diketahui pertumbuhan pedagang sebagai suatu dimensi kinerja pemasaran. Dilihat dari pertumbuhan jumlah pedagang seperti terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Data pertumbuhan pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) PlazaBatam tahun 2020 - 2023**

No	Jenis Dagangan	Daya Tampung	Tahun							
			2020	%	2021	%	2022	%	2023	%
1	Makanan	300	80	26%	85	28%	95	31%	105	35%
2	Minuman	200	40	20%	43	22%	52	26%	50	25%

Sumber : Kantor Sentosa Perdana tahun 2020 - 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertumbuhan pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza setiap tahun ke tahun mengalami kenaikan dari tahun 2020-2023. Namun pada tahun 2023 pada pedagang yang berjualan minuman mengalami penurunan sebesar 2 orang atau sebesar 25%. Berdasarkan peneliti hal ini, disebabkan karena barang dagangan mereka tidak laku sehingga memutuskan untuk sementara berhenti berjualan. Dalam peningkatan perdagangan yang kian meningkat bisa berefek positif pada keuntungan perusahaan agar mempertimbangkan manajemen perusahaan pada saat menentukan kinerja pemasaran.

Selanjutnya pertumbuhan laba dari pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza yang dilihat dari besarnya peningkatan keuntungan, hal ini bisa disaksikan dari output pengamatan yang dijalankan pada pedagang di

alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza pertumbuhan laba dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang diambil dari beberapa rata-rata pedagang alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) yaitu yang berjualan makanan dari tahun 2020 senilai Rp.6.000.000 hingga tahun 2023 sejumlah Rp.24.000.000. Pedagang yang berjualan minuman dari tahun 2020 sebesar Rp. 4.500.000 sampai dengan tahun 2023 sebesar 15.000.000. Namun penghasilan yang didapatkan oleh penjual di alun-alun wilayah SP (sentosa perdana) Plaza tidak tetap disetiap waktunya. Penghasilan pedagang kaki lima didasarkan pada jumlah orang yang mengunjungi alun-alun area Plaza SP (sentosa perdana), apakah ramai dan sepi. Biasanya ramai pengunjung cuman di waktu khusus saja yakni hari sabtu serta minggu, sehingga pendapatan yang diterima lumayan banyak.

Semakin lama pedagang makanan dan minuman dialun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza berjualan maka jumlah pelanggan juga akan meningkat, sehingga semakin jumlah pelanggan naik dan barang yang dijual juga meningkat, maka pendapatan yang diterima juga mengalami peningkatan.

Pada saat menjual sebuah barang kini, para pelaku usaha tak saja mementingkan mutu barang itu, namun pula wajib memiliki sebuah taktik yang seringnya dipakai perseroan yakni orientasi kewirausahaan, orientasi pasar serta inovasi produk supaya bisa meningkatkan sebuah kinerja pemasaran yang ada di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza. Para pelaku usaha juga harus bisa berkompetisi serta menjalani tiap perubahan-perubahan yang membimbing penggiat usaha guna menyukkseskan perusahaannya.

orientasi kewirausahaan ialah seorang wirausaha harus memiliki kemampuan berinovasi, proaktif, keberanian mengambil resiko agar bisa mewujudkan suatu yang baru atau memperluas kesempatan usaha agar mendatangkan sebuah manfaat dan keuntungan untuk banyak pihak. Berdasarkan observasi yang dilakukan di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza pada pedagang makanan dan minuman mengenai orientasi kewirausahaan, masih banyaknya kendala yang di hadapi oleh pedagang makanan dan minuman di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza karena tidak melakukan peluang dalam menjalankan sebuah bisnis usaha. Sehingga pedagang kaki lima hanya memikirkan kelancaran usaha yang dijalankan.

Dibuktikan dari observasi yang dilakukan yakni kurang nya keberanian guna merilis unit sesuai konsep asli bagi makanan dan minuman yang mereka jual pada konsumen atau pelanggan yang akan membeli produknya sehingga pedagang makanan dan minuman di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza mengalami sepi nya pelanggan membuat mereka lebih memilih untuk menutup usaha atau memutuskan untuk berhenti berjualan dikarenakan takut mengalami kerugian yang lebih banyak lagi. Ini sesuai pada output temuan terdahulu Puri Nawangsari Ainun Nurjanah dan Muzakar Isa (2021). Hasil pengujian penelitian ini yakni orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dan penelitian ini juga didukung oleh Yahya Reka Wirawan (2017). Hasil pengujian penelitian ini yakni Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Pemasaran.

Aspek lain yang berdampak pada kinerja pemasaran ialah orientasi pasar, orientasi pasar pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plazadi wilayah tersebut perlu terus dikembangkan guna menaikkan keunggulannya ketika berorientasi pelanggan dan pesaing diikuti koordinasi antarfungsi untuk memaksimalkan orientasi pasar.

Dari hasil observasi yang dilakukan masih banyak yang belum memperhatikan apa yang dibutuhkan dan keinginan konsumen. Karena banyaknya pedagang makanan dan minuman di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza yang masih kurang mengumpulkan informasi mengenai selera konsumen disebabkan banyaknya dari mereka masih gengsi atau enggan mencari informasi dari para pedagang yang lainnya. Seharusnya pedagang makanan dan minuman di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza harus lebih mencari-cari informasi agar dapat memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen sehingga konsumen atau pelanggan merasa puas. Ini sesuai dengan output pada temuan yang dijalankan oleh Monika Langgeng Pangestuti (2022). Yakni Orientasi pasar terdapat pengaruh melalui signifikan pada kinerja pemasaran UMKM Gethuk Anyar Khas Ngawi. Dan Penelitian ini juga didukung oleh Puri Nawangsari Ainun Nurjanah dan Muzakar Isa (2021). Hasil pengujian penelitian ini yakni Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Bersamaan pada orientasi kewirausahaan serta orientasi pasar guna mempengaruhi dan menaikkan kinerja pemasaran dibutuhkan sebuah inovasi produk. Inovasi perlu dimiliki oleh setiap pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza supaya bisa mengantisipasi dan bereaksi pada perubahan

dilingkungan bisnis yang kian mudah. Ini mirip pada observasi yang dijalankan didapati satu permasalahan inovasi produk yang disebabkan karena keterbatasan ide baru yang membuat pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza tersebut merasa tidak yakin karena banyaknya pedagang yang menirukan produk usaha yang sudah ada dikarenakan mendapatkan keuntungan yang banyak untuk pedagang itu sendiri. Seharusnya pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza wajib mempunyai ide yang bagus untuk usahanya supaya konsumen atau pelanggan akan membandingkan kalau di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza tak gampang dipengaruhi.

Dalam hal ini penelitian terdahulu yang telah dijalankan oleh Zikriatul Ulya (2019) yakni inovasi produk secara langsung berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja Pemasaran. Dan Penelitian ini juga didukung oleh IA Cynthia Saisaria Mandasari (2020). Hasil pengujian penelitian ini bahwa inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berkaitan pada fenomena diatas adanya peningkatan kinerja pemasaran agar para pedagang kaki lima bisa membaik dan meningkatkan perekonomian yakni orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk. Hingga peneliti teringin untuk menjalankan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Pedagang Makanan Minuman Alun-alun di Kawasan Lapangan SP Plaza Kota Batam)”**

## 1.2 Identifikasi Rumusan Masalah

Sesuai ulasan yang sudah dibahas, ada sejumlah masalah yang diteliti yakni :

1. Pedagang makanan dan minuman di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) masih banyak yang belum berani untuk mengambil resiko dalam mengeluarkan sebuah ide hasil pemikiran sendiri untuk produk makanan dan minuman.
2. Masih kurang mengumpulkan informasi mengenai selera konsumen disebabkan banyaknya dari mereka yang masih gengsi atau enggan mencari informasi dari para pedagang yang lainnya.
3. Adanya keterbatasan sebuah ide baru yang membuat pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza tersebut merasa tidak yakin karena banyaknya pedagang yang menirukan produk usaha yang sudah ada dikarenakan mendapatkan keuntungan yang banyak untuk pedagang itu sendiri.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Masalah berikut akan diulas pada temuan sesuai deskripsi uraian permasalahan penelitian yang sudah dihadirkan yakni:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza?

4. Apakah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza?

#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Permasalahan dibatasi oleh isu-isu yang melingkup, sesuai penemuan masalah yang telah dilaporkan yakni:

1. Lingkup penelitian adalah pedagang makanan dan minuman yang ada di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza Batu Aji, Kota Batam.
2. Variabel dependen yang dipakai dipenelitian ini melingkupi orientasi kewirausahaan, orientasi pasar serta inovasi produk melalui indikator ditiap variabelnya.
3. Variabel independen yang dipakai pada penelitian ini yakni kinerja pemasaran.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Maksud dari temuan ini menurut permasalahan yang telah dirumus yakni:

1. Guna melihat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza.
2. Guna melihat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza.
3. Guna melihat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada pedagang di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza.



4. Guna melihat pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasiproduk terhadap kinerja pemasaran pada di alun-alun kawasan SP (sentosa perdana) Plaza

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Sejumlah manfaat yang didambakan dipenelitian ini ialah :

1. Manfaat bagi peneliti

Guna menerapkan pengetahuan yang dipelajari dalam perkuliahan ke isu-isu dunia nyata dan untuk mendapatkan gelar sarjana S1 Manajemen dari Universitas Maritim Raja Ali Haji, didambakanyakni penelitian ini akan berkontribusi pada pengetahuan yang ada dan menawarkan perspektif baru baik secara teoritis maupun praktis.

2. Bagi Pembaca

Temuan penelitian ini harus menerangkan bagaimana menaikkan penjualan guna menumbuhkan bisnis bagi pedagang di alun-alun area Plaza SP (sentosa perdana) serta bermanfaat bagi para peneliti masa depan yang mencari referensi tentang masalah yang diteliti.

3. Bagi Pedagang Kaki Lima

Studi ini diharapkan bisa membantu penjual kaki lima dalam mempelajari betapa pentingnya peluang pengembangan bisnis di daerah tersebut untuk meningkatkan penjualan.

4. Bagi Pemerintah

Temuan penelitian ini dapat diterapkan sebagai panduan dan dorongan untuk pekerjaan di masa depan, terutama untuk pedagang kaki lima Kota Batam.

5. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji

Studi ini diantisipasi gunaberperan menjadi titik tumpubagi penelitian masa nanti, terkhususuntuk para sarjana yang berminat untuk mempelajari manajemen kewirausahaan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan metodus proposal penelitian ini dimaksudkan guna membuat perdebatan yang akan disusun dalam bab-bab berikut lebih mudah diikuti yakni:

**BAB I:**

**PENDAHULUAN**

Latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, keterbatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta prosedur penulisan semuanya akan dibahas dalam bab ini.

**BAB II:**

**KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

Padabagian ini berisikan kajian pustaka, review penelitian terdahulu, acuan pemikiran, hipotesis

**BAB III:**

**METODOLOGI PENELITIAN**

Tujuan dan ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, variabel penelitian operasional, teknik penentuan populasi

atau sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis semuanya tercakup pada bab ini.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Temuan penelitian ini menggambarkan data yang dipakai pada penelitian, temuan itu sendiri, dan komentar dari temuan tersebut.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini melingkup semua deskripsi oleh studi tentang output serta rekomendasi bab-bab terdahulu.

