

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Munculnya keberhasilan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya keberhasilan perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta sebagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga keberhasilan dengan usaha-usaha lainnya. Sudah seharusnya perusahaan berupaya untuk meminimalisasi kelemahan-kemahannya dan memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk menghadapi keberhasilan.

Menciptakan keberhasilan usaha di Unbara Mart Universitas Baturaja dan perubahan yang inovatif dalam keberhasilan diperlukan orientasi pasar yang berarti mengambil keputusan. Seseorang yang berani mengambil resiko dapat didefinisikan sebagai seorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan resiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausahawan dan perusahaan yang membedakan perusahaan yang memiliki keberhasilan usaha. Unbara Mart di Universitas Baturaja kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dengan memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Keberhasilan Usaha Unbara Mart di Universitas Baturaja pada industri bisnis UKM memaksa para pengusaha untuk berusaha memperbaiki dari segala hal misalnya dalam melakukan perubahan atau mempertingkatkan dalam inovasi atau perbaikan secara dalam hal ini pengusaha memerlukan terobosan yang baru Menurut Suryana (2014:74) menjelaskan bahwa berinovasi bagi seorang wirausahawan merupakan kunci sukses. Inovasi merupakan tindakan kewirausahaan untuk meraih sukses dalam keberhasilan melalui penelitian dan pengembangan para wirausahawan menemukan kebaruan keinginan dan kemudahan sebagai nilai tambah dan daya keberhasilan. Saat ini para pelaku UKM semakin bertambah dengan meningkatnya jumlah para pelaku usaha maka itu akan terjadi keberhasilan antar wirausaha.

Setidaknya mereka harus siap menghadapi keberhasilan tersebut pelaku usaha harus mempersiapkan segala macam strategi untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha mereka terhadap keberhasilannya. Menurut Saiman (2014:124) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha atau kompetitif adalah suatu manfaat yang ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan atau jasa yang dilihat pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para Kompetitor terdekat

Dalam tingkat keberhasilan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi maka para pelaku wirausaha harus dapat memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut guna memberi nilai tambah pada produk mereka dan meningkatkan perkembangan usaha mereka lebih baik lagi dari keberhasilan semakin ketatnya keberhasilan tersebut maka pelaku usaha harus memahami apa dan bagaimana

cara untuk mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya kunci penting untuk memenangkan keberhasilan terletak pada kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan keberhasilan usaha.

Unbara Mart di Universitas Baturaja adalah bersama yang berperan sebagai pusat data dan informasi selain itu sebagai edukasi perkembangan digitalisasi UKM. Hadirnya Unbara Mart di Universitas Baturaja ini di persembahkan untuk masyarakat Baturaja Program Unbara Mart ini hadir untuk membentuk ekonomi dalam Unbara Mart di Universitas Baturaja terhadap beberapa jenis usaha seperti industri makanan.

Universitas Baturaja merupakan salah satu Universitas terbesar di OKU Raya (OKU Induk, OKU Timur dan OKU Selatan), Universitas Baturaja berkomitmen untuk mengembangkan UKM, salah satu dengan membuka Unbara Mart, agar UKM bisa bekerja sama dengan Universitas Baturaja dalam mengembangkan UKM. Meskipun disadari usahanya terkadang naik turun, apalagi ditambah dengan adanya Pandemi Covid-19 yang dialami bangsa Indonesia, maupun bangsa lainnya. Hal tersebut membuat keputusan membeli produk menjadi menurun. Untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai keberhasilan pada usaha. Tabel 1.1. Menunjukkan Data UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja.

**Tabel 1.1**  
**Data UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja**

No	Jenis Usaha	Nama UKM	Produk
1.	Makanan	Ccmilan	- Kacang Bawang Original - Kacang Bawang Rasa Balado
2.		Keripik Jengkol	- Keripik Jengkol Asli
3.		Rempeyek Umak	- Rempeyek Kacang - Rempeyek Udang
4.		Manis Madu Abil	- Madu Utan
5.		Kribow	- Kribow 100 gr - Kribow 250 gr
6.		Peyek Asmaga	- Peyek Kacang - Peyek Udang
7.		D' Basreng	- Basreng Original - Basreng Pedas
8.		Kopi RMS	- Kopi Bubuk 250 gr
9.		Keripik Tahun Indah	- Keripik Tahu
10.		Keripik Magho Mas Mahmud	- Keripik Magho
11.		Bung Ningsih	- Sambel Pecel Madiun
12.		Keripik Arta	- Peyek Teri - Keripik Pisang - Rengginang
13.		Gula Semut	- Gula Semut @100 gr
14.		Dinum Abil	- Somay Ayam - Somay Kepiting - Somay Udang - Ikado Kepiting - Somay Rumput Laut
15.		Cemilan Santai Keripik Naqila	- Keripik Pisang Jagung Manis - Keripik Pisang Cokelat - Keripik Pisang Balado
16.		Keripik Dona	- Keripik Singkong Cabe Merah - Keripik Pisang Cokelat
17.		Hand Made With Tipawon	- Cakery dan Snack
18.		Ranau Baban	- Kopi Bubuk Asli Ranau
19.		Neng Evy	- Kopi Bubuk Semendo
20.		Oki Bumbu Dapur	- Bumbu Dapur
21.		Kopi Mentari	- Kopi
22.		Rumah Mami	- Keripik Pisang

		- Keripik Ubi
23.	Madu Firar	- Madu Sialang
24.	Leten YD	- Keripik Singkong Pedas - Keripik Singkong Jagung
25.	Jajanan Bahi	- Bipang
26.	Catering Idaman	- Kemplang - Keripik Ubi Pedas
27.	Stick Papa	- Stick Keju - Stick Cokelat
28.	Dapur Dida	- Rice Bowl
29.	Dapur Kreasi	- Bola-Bola Ubi - Keripik Ubi Pedas
30.	Sambel Ulek	- Sambel Cenggek

*Sumber : Unbara Mart Universitas Baturaja Tahun 2021*

Berdasarkan Observasi yang dilakukan peneliti pada Unbara Mart Universitas Baturaja yaitu Pengusaha Mini Market merasakan sulitnya mencapai keberhasilan dalam berusaha. Unbara Mart Universitas Baturaja belum memiliki Strategi Pemasaran yang tepat untuk digunakan oleh Unbara Mart Universitas Baturaja. Berdasarkan Orientasi Pesaing Unbara Mart di Universitas Baturaja adalah Indomart di Karang Sari Kelurahan Tanjung Baru Kecamatan Baturaja Timur, dilihat dari lokasi Indomart memang strategis, dimana terletak di depan kampus, dan bertempat di jalan umum tempat perlintasan masyarakat umum serta tempat parkir kendaraan cukup memadai, dan produk mereka lebih banyak, sedangkan Unbara Mart lokasi terletak di dalam Kampus Universitas Baturaja hanya mahasiswa, dosen, dan karyawan Universitas Baturaja saja yang belanja di Unbara Mart, Sedangkan masyarakat umum segan untuk belanja di Unbara Mart sehingga dibandingkan dengan pelanggan Indomart dan Unbara Mart, dapat dipastikan pelanggan di Indomart lebih banyak, sedangkan dalam Orientasi

Pesaing produk di Unbara Mart jauh lebih murah di bandingkan Indormart, serta memiliki produk unggulan yang di produksi oleh UKM yang ada di Baturaja.

Sedangkan untuk Inovasi, Unbara Mart di Universitas Baturaja hanya berinovasi pada jenis makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, yang paling dianggap berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Mengenai harga dan kualitas barang yang dibeli terkadang bukanlah hal yang utama, karena secara tidak langsung Unbara Mart merupakan satu-satunya toko yang menjual produk-produk UMKM di Universitas Baturaja.

Untuk meningkatkan keberhasilan usaha Unbara Mart Universitas Baturaja, perlu berinovasi, harga barang, kualitas yang baik agar usaha yang dihasilkan juga baik. Unbara Mart juga harus mampu meningkatkan inovasi marketing seperti Pelayanan, jenis makanan, cara menjual produk dan cara memasarkannya seperti menyediakan paket hemat atau memberikan diskon di hari-hari tertentu dan mengiklankan produk melalui radio, brosur maupun media elektronik lainnya, serta harus dilengkapi dengan Wifi dan berbagai fasilitas penunjang lainnya. Melihat kondisi tersebut dapat berubah setiap waktu disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang berubah-ubah, pelanggan akan mencari Mini Mart yang lain yang dirasakan harga, kualitas barang memuaskan mereka. Ketatnya dalam persaingan merebut perhatian konsumen pun dirasakan oleh pengusaha, sehingga orientasi pasar dan inovasi produk perlu diperketat serta keinovasian sangat perlu mempertahankan usaha dan mencapai tujuan bisnis.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja”**.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Apakah pengaruh Orientasi pasar dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha baik secara parsial maupun simultan pada usaha UKM makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja?”

## **3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja.

## **4. Manfaat penelitian**

### **4.1. Manfaat teoritis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat menambah wawasan dan pengalaman baru sehingga dapat memudahkan dalam penelitian Terkhusus dapat menjadi pengetahuan

mengenai Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Unbara Pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja.

**b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan peneliti untuk menambah penelitian tentang Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja.

**4.2. Manfaat Praktis**

**a. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan masukan mengenai Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. Pada UKM Makanan di Unbara Mart Universitas Baturaja. Serta dapat memberikan gambaran, sehingga apabila yang menjadi kelemahan dapat diambil kebijakan yang tepat sehingga menjadi kekuatan baru bagi perusahaan.