

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK
DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN DALAM
MEMBANGUN KINERJA PEMASARAN**

(Studi pada Pengrajin Kayu Jati di Blora)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

ELVIANA NIKEN KUMALASARI

NIM. 12010111130180

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ElvianaNikenKumalasari
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130180
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK
DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN DALAM
MEMBANGUN KINERJA PEMASARAN (Studi
pada Pengrajin KayuJati di Blora).**
Dosen Pembimbing : Dr. Y. Sugiarto PH, S.U.

Semarang, 20 November 2015

Dosen Pembimbing,

(Dr. Y. Sugiarto PH, S.U.)
NIP. 19491212 197802 1001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Elviana Niken Kumalasari
Nomor Induk Mahasiswa : 12010111130180
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK
DAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN DALAM
MEMBANGUN KINERJA PEMASARAN (Studi
pada Pengrajin KayuJati di Blora).**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Desember 2015

Tim Penguji

1. Dr. Y. Sugiarto PH, S.U. (.....)
2. Dr. H. Ibnu Widiyanto, MA. (.....)
3. Drs. H. Mudiantono, M.Sc. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Elviana Niken Kumlasari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kewirausahaan terhadap Strategi Pemasaran dalam membangun Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pengrajin KayuJati di Blora), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 20 November 2015

Yang membuat pernyataan,

(ElvianaNikenKumalasari)

NIM:12010111130180

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Belajarlah selagi yang lain sedang tidur, bekerjalah selagi yang lain sedang bermalas-malasan, bersiap-siaplah selagi yang lain sedang bermain, dan bermimpilah selagi yang lain sedang berharap.

(William Arthur)

Tiada sukses diraih tanpa keterlibatan orang lain. Pandai membawa diri di setiap pergaulan adalah ilmu hidup yang mutlak dimiliki oleh setiap orang yang ingin sukses.

(Andrie Wongso)

PERSEMBAHAN :

“Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, kakak dan adik serta keluarga besar yang selalu medoakan dan memberikan dukungan, serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tulisan ini.”

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) can help cultivate existing resources in each area. This has contributed greatly to local income and revenue of Indonesia, such as the small and medium industries in the city Blora. Blora is one of the districts that are in the province of Central Java, which has many MSME in the centers - centers of industry, one of the industrial centers that the public interest Blora is teak wood processing industry or the furniture. This study aimed to investigate the effect of the product innovation and entrepreneurial marketing strategy to build marketing performance.

The total sample of 82 respondents teak wood craft entrepreneurs in Blora. Data were obtained from questions by using a questionnaire consisting of closed and open questions. Respondents were analyzed with two-stage regression analysis tools SPSS (Statistical Package for Social Science).

Based on the analysis conducted shows that product innovation positive and significant impact on the performance of marketing, product innovation positive and significant impact on marketing strategies, entrepreneurial positive and significant impact on marketing strategies, entrepreneurial positive and significant impact on the performance of marketing, but marketing strategy had no significant effect the performance of marketing.

Keywords: Product Innovation, Entrepreneurship, Marketing Strategy, Marketing Performance.

ABSTRAK

UMKM dapat membantu mengolah sumber daya yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia, seperti industri kecil dan menengah yang ada di kota Blora. Blora merupakan salah satu kabupaten yg berada di provinsi Jawa Tengah yang mempunyai banyak UMKM pada sentra-sentra industrinya, salah satu sentra industri yg diminati masyarakat kota Blora adalah industri pengolahan kayu jati atau mebel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh inovasi produk dan kewirausahaan terhadap strategi pemasaran guna membangun kinerja pemasaran.

Jumlah sampel sebanyak 82 responden pengusaha kerajinan kayu jati di Blora. Data diperoleh dari pertanyaan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup dan terbuka. Jawaban responden kemudian dianalisis dengan regresi dua tahap menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Berdasarkan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran, kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran, kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, namun strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kewirausahaan, Strategi Pemasaran, Kinerja Pemasaran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, penulis memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kekuatan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kewirausahaan terhadap Strategi Pemasaran dalam membangun Kinerja Pemasaran (Studi Pada Pengrajin Kayu Jati di Blora)**”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak dilakukan secara individu tetapi mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril, materil, maupun spiritual. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
2. Bapak Erman Denny Arfianto, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr. Y. Sugiarto PH, S.U., selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan serta arahnya selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prasetiono, M. Si. selaku dosen wali selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan membantu dalam kelancaran administrasi selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta babe dan mamah yang sangat saya hormati, kakak dan dek Adit yang saya sayangi, kakek dan nenek yang saya sayangi, serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan motivasi yang tiada henti.
7. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu kelancaran penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari dan memahami bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 20 November 2015

Penulis,

Elviana Niken Kumalasari
NIM 12010111130180

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kinerja Pemasaran	12
2.2 Strategi Pemasaran	14
2.3 Inovasi Produk.....	20
2.4 Kewirausahaan.....	23
2.5 Hubungan Antara Inovasi Produk dengan Kinerja Pemasaran	28
2.6 Hubungan Antara Inovasi Produk dengan Strategi Pemasaran	29
2.7 Hubungan Antara Kewirausahaan dengan Strategi Pemasaran.....	30
2.8 Hubungan Antara Kewirausahaan dengan Kinerja Pemasaran	30
2.9 Hubungan Antara Strategi Pemasaran dengan Kinerja Pemasaran	31
2.10 Penelitian Terdahulu.....	32
2.11 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.1.1 Variabel Penelitian	40
3.1.1.1 Variabel Dependen	40
3.1.1.2 Variabel Independen.....	41
3.1.1.3 Variabel Intervening	41

3.1.2 Definisi Operasional Variabel	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi	43
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.3.2 Data Sekunder.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Analisis Data Kualitatif	46
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif	47
3.5.2.1 Uji Validitas.....	47
3.5.2.2 Uji Reabilitas	47
3.5.2.3 Uji AsumsiKlasik	48
3.5.2.4 AnalisisRegresi Linier Berganda.....	50
3.5.2.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	51
3.5.2.5.1 Uji Statistik t (Uji Parsial)	51
3.5.2.5.2 Uji F (Uji Simultan).....	52
3.5.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.5.2.6 Metode Sobel(<i>Sobel Test</i>).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	56
4.1.1 Deskripsi Perusahaan.....	56
4.1.2 DeskripsiProduk	57
4.1.3 DeskripsiResponden	58
4.1.3.1 Responden Berdasarkan JumlahTenagaKerja	59
4.1.3.2 RespondenBerdasarkanUmur Usaha	59
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	60
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	61
4.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Kewirausahaan	63
4.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Strategi Pemasaran	64
4.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Kinerja Pemasaran.....	66
4.3 Analisis Data	67
4.3.1 Uji Instrument.....	67
4.3.1.1 Uji Validitas	67
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	68
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	69
4.3.2.1 Uji Normalitas	70
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas	72
4.3.2.3 Uji Heterokedasitas	74
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.3.4 <i>Goodness of Fit</i>	78

4.3.4.1. Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.3.4.2 Uji Simultan (uji F)	79
4.3.4.3 Uji Parsial (Uji t)	80
4.3.5 Uji Sobel	82
4.4 Pembahasan	85
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Implikasi Teoritis	90
5.3 Implikasi Manajerial	93
5.3 Keterbatasan Penelitian	95
5.4 Saran Untuk Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Kayu Jati Dinas Perhutani Kabupaten Blora.....	7
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.....	42
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	59
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Umur Usaha	59
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk	61
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kewirausahaan.....	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Strategi Pemasaran.....	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Pemasaran	66
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas	68
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas	69
Tabel 4.9	Pengujian Multikolinieritas Tahap I.....	72
Tabel 4.10	Pengujian Multikolinieritas Tahap II.....	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Tahap I	75
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Tahap II.....	76
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Tahap I.....	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Tahap II	78
Tabel 4.15	Hasil Uji Simultan (Uji F) Regresi Tahap I.....	79
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (Uji F) Regresi Tahap II	79
Tabel 5.1	Implikasi Teoritis.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1	Histogram Normalitas	70
Gambar 4.2	Uji Normalitas Tahap I.....	71
Gambar 4.3	Uji Normalitas Tahap II.....	71
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas Tahap I.....	74
Gambar 4.5	Uji Heteroskedastisitas Tahap II	74
Gambar 4.6	Hasil Uji Sobel Variabel Inovasi Produk	83
Gambar 4.7	Hasil Uji Sobel Variabel Kewirausahaan	84
Gambar 5.1	Pengaruh Inovasi Produk.....	91
Gambar 5.2	Pengaruh Inovasi Produk.....	92
Gambar 5.3	Pengaruh Kewirausahaan	93
Gambar 5.4	Pengaruh Kewirausahaan	93
Gambar 5.1	Pengaruh Strategi Pemasaran	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran B	Tabulasi Data Kuesioner	105
Lampiran C	Hasil Olah Data SPSS	110

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia sejak dahulu hingga sekarang sulit sekali untuk di stabilkan kinerja perekonomiannya. Sektor perdagangan, perindustrian dan manufaktur menjadi penyumbang utama untuk membangun perekonomian negara Indonesia, karena dari sektor itulah dapat menguntungkan bagi pendapatan devisa negara. Beberapa sektor usaha seperti perdagangan, perindustrian dan manufaktur sangatlah diminati oleh beberapa kalangan masyarakat untuk membuka usaha. Saat ini sedikit sekali lapangan pekerjaan yang menjamin masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dari dampak globalisasi dan perkembangan zaman yang telah maju dan modern, sehingga banyak usaha apa saja yang dibuat oleh masyarakat untuk memberi keuntungan bagi konsumen maupun sendiri. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan koperasi turut adil dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. UMKM yang ada di Indonesia ini menyumbang sekitar 60% dari PDB (Product Domestic Bruto) dan juga memberikan kesempatan kerja pada banyak masyarakat, sehingga bisnis UMKM di Indonesia akan terus berkembang dan memberikan peluang usaha bagi mereka yang menyukai dunia wirausaha.

Prospek bisnis UMKM dalam era perdagangan bebas dan otonomi daerah sangat tergantung pada upaya yang ditempuh oleh pemerintah dalam

mengembangkan bisnis UMKM. Salah satu upaya kunci yang perlu dilakukan adalah bagaimana mengembangkan iklim usaha yang kondusif bagi UMKM. Untuk mencapai iklim usaha yang kondusif ini, diperlukan penciptaan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi UMKM. Kebijakan yang kondusif dimaksud dapat diartikan sebagai lingkungan kebijakan yang transparan dan tidak membebani UMKM secara finansial. Ini berarti berbagai campur tangan pemerintah yang berlebihan, baik pada tingkat pusat maupun daerah harus dihapuskan, khususnya penghapusan berbagai peraturan dan persyaratan administratif yang rumit dan menghambat kegiatan UMKM.

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Menekop dan UMKM), Badan Pusat Statistik (BPS), dan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah, bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d Rp10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan merupakan entitas usaha

Telah ditetapkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UMKM yang disampaikan oleh Undang-

undang ini juga berbeda dengan definisi di atas. Menurut UU No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut : (1) kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja, padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur, selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia.

UMKM juga memanfaatkan berbagai Sumber Daya Alam yang berpotensi di suatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu mengolah Sumber Daya Alam yang ada di setiap daerah, hal ini berkontribusi

besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia, seperti industri kecil dan menengah yang ada di kota Blora. Blora merupakan salah satu kabupaten yg berada di provinsi Jawa Tengah yang mempunyai banyak UMKM pada sentra-sentra industrinya, seperti sentra industri kerajinan seni batik, sentra industri pangan, dan lain sebagainya. Salah satu sentra industri yg diminati masyarakat kota Blora adalah industri pengolahan kayu jati atau mebel. Kota Blora juga merupakan salah satu penghasil kayu jati terbesar di Jawa Tengah, sehingga tidak sedikit masyarakat di kota Blora yang berkecimpung di bidang industri kayu jati.

Sentra kerajinan kayu jati terletak kurang lebih tujuh kilometer dari kota Blora menuju kearah Cepu, tepatnya di daerah kecamatan Jepon. Di sana berjajar deretan kios sederhana yang menjual barang-barang kerajinan kayu jati. Dari jauh sudah terlihat kilauan aneka produk, seperti kursi makan, kursi santai, meja sudut, kotak majalah, lampu baca, tempat payung dan barang kerajinan lainnya yang dipajang meluber hingga ke sisi jalan.

Upaya pengembangan kerajinan itu sendiri telah dilakukan sejak tahun 1997, walaupun masih banyak menghadapi kendala namun berhasil bertahan bahkan dapat terus berkembang. Pada tahun 2000, di sepanjang jalan antara Blora-Cepu terutama di wilayah kecamatan Jepon telah dibangun kios-kios untuk memasarkan hasil produk. Di antara kios-kios tersebut bahkan dibangun kantor Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) Blora, koperasi dan pusat informasi. Pada tahun 2002 usaha mikro kecil menengah (UMKM) di bidang

kerajinan kayu yang meliputi kerajinan bubut, mebel, dan kusen tersebut boleh dibidang berkembang cukup pesat.

Berbeda dengan kerajinan kayu ukir seperti Jepara atau Bali, kekhasan kerajinan kayu jati Blora ini terletak pada bentuknya yang umumnya membulat dan halus. Untuk mendapatkan barang-barang yang berbentuk membulat seperti itu dilakukan dengan cara membubut potongan kayu jati menggunakan mesin bubut sehingga menghasilkan bentuk bulat panjang dengan lekuk dan alur sesuai seni, model, dan ukuran yang diinginkan. Untuk mendapatkan warna kopi atau coklat tua, kebanyakan digunakan cara finishing tradisional yaitu dengan pelitur. Namun selain final touch dengan pelitur terkadang juga digunakan teknik lainnya seperti pengecatan semprot dengan melamix, dan tak jarang ditambahkan ukiran motif sederhana dengan menggunakan pahat sehingga hasilnya nampak lebih berseni.

Produk andalan utama mereka adalah aneka hiasan rumah yang pembuatannya memerlukan keahlian khusus yakni keahlian membubut kayu. Selain barang-barang keperluan rumah tangga seperti meja kursi, di kios-kios tadi juga tersedia aneka pernak-pernik barang souvenir seperti replika becak, sepeda bahkan replika sepeda motor Harley Davidson yang juga menjadi ciri khas kerajinan produksi kota Blora ini. Beberapa jenis barang souvenir yang dihasilkan kini telah banyak menghiasi rumah penduduk kota besar termasuk Jakarta bahkan telah mampu merambah ke manca negara.

Produk lainnya yang cukup menarik adalah tempat buah yang dapat dikempeskan pada saat tidak digunakan (semacam knock down). Produk ini merupakan inovasi yang patut diacungi jempol dibanding jenis-jenis produk lain yang sejak jaman dahulu nampaknya tidak pernah mengalami perubahan. Kreatifitas seperti ini perlu dipacu dan dikembangkan agar di masa datang produk kerajinan yang dihasilkan tidak monoton melainkan menjadi lebih menarik khususnya bagi konsumen luar negeri. Untuk ini tentu diperlukan uluran tangan berbagai pihak yang peduli agar mereka mendapatkan bimbingan ketrampilan dan teknik serta desain yang kreatif. Masalah harga tentu saja bervariasi tetapi yang terpenting bagi wisatawan baik mancanegara maupun domestik adalah tersedianya alternatif barang cendera mata yang khas dan unik.

Sekitar setengah dari wilayah Kabupaten Blora terdiri dari hutan jati maka kerajinan kayu jati ini boleh dikatakan tidak kekurangan bahan baku. Limbah potongan-potongan kayu tersedia secara berlimpah tinggal menunggu untuk dimanfaatkan.

Tabel 1.1
Data Penjualan Kayu Jati Dinas Perhutani Kabupaten Blora
Tahun 2012-2014

No	Tahun	VolumePenjualan	Perolehan Penjualan
1	2012	80.797,021 M ³	Rp 279.396.160.916,00
2	2013	64.273,392 M ³	Rp 312.565.917.859,00
3	2014	28.989,492 M ³	Rp 169.234.329.100,00

Sumber / Resources : Kantor Manager Komersial Kayu Wilayah Cepu, 2015

Tabel tersebut merupakan data penjualan kayu jati Dinas Perhutani Kabupaten Blora. Bila dilihat, terjadi penurunan volume penjualan dari tahun 2012 hingga tahun 2014, bahkan jumlah penurunan volume bisa dibilang sangat menurun. Di tahun 2013 Dinas Perhutani Kabupaten Blora mendapat peningkatan perolehan penjualan karena terjadi kenaikan harga kayu jati, namun pada dasarnya volume penjualan terjadi penurunan dari tahun sebelumnya. Penurunan volume penjualan kayu jati Dinas Perhutani Kabupaten Blora dikarenakan berkurangnya konsumsi kayu jati oleh pengusaha kerajinan kayu jati di Blora. Berdasarkan keterangan yang dihimpun dari beberapa pengusaha kerajinan kayu jati di Blora, sebagian besar sumber bahan baku kayu jati didapatkan dari Dinas Perhutani Kabupaten Blora, karena selain menghemat biaya pengiriman, kayu jati yang berasal dari Dinas Perhutani Kabupaten Blora memiliki harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang baik.

Berkurangnya konsumsi kayu jati oleh pengusaha kerajinan kayu jati di Blora dikarenakan berkurangnya pelanggan yang menggunakan produk kerajinan kayu jati di Blora. Walaupun upaya pengembangan sudah dilakukan sejak lama tetapi para pengrajin kayu jati di Kabupaten Blora umumnya masih mengalami kendala karena kerajinan kayu jati di Blora belum mendapatkan perhatian atau belum banyak dikenal masyarakat luas karena masyarakat lebih mengenal kerajinan kayu jati dari Jepara, sehingga kinerja penjualan pengrajin kayu jati di Blora tidak mengalami perkembangan. Penelitian ini akan dilakukan guna meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan UMKM dengan melakukan studi empiris pada UMKM kerajinan kayu jati di Kota Blora.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa UMKM kerajinan kayu jati di Blora rentan mengalami penurunan kinerjanya. Hal ini diperkuat oleh data penjualan kayu jati dari Dinas Perhutani Kabupaten Blora yang menunjukkan adanya penurunan konsumsi bahan baku kayu jati oleh pengusaha kerajinan kayu jati di Blora. Jika dibiarkan, hal ini akan mengancam perkembangan kinerja usaha kerajinan kayu jati di Blora. Berdasarkan fenomena bisnis di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya yaitu bagaimana meningkatkan kinerja pemasaran pada UMKM Kerajinan Kayu Jati di kota Blora. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, dapat diambil beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Blora?
2. Apa pengaruh inovasi produk terhadap strategi pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Blora?
3. Apa pengaruh kewirausahaan terhadap strategi pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Blora?
4. Apa pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Blora?
5. Apa pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran UMKM kerajinan kayu jati di Blora?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran
2. Mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Strategi Pemasaran
3. Mengetahui pengaruh Kewirausahaan terhadap Strategi Pemasaran
4. Mengetahui pengaruh Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran
5. Mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya yang terurai sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis,

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu Pengetahuan, khususnya manajemen pemasaran.

2. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh inovasi produk kewirausahaan terhadap strategi pemasaran dalam membangun kinerja pemasaran.

3. Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para pelaku UMKM sebagai strategi pemasaran sehingga dapat mencapai kinerja pemasaran yang maksimal, melalui strategi pemasaran, inovasi produk dan kewirausahaan yang tepat.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dimaksudkan agar mempermudah dalam pembahasan bab-bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB IPENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai variabel penelitian dan definisi operasional penelitian, penentuan sample penelitian, jenis dan sumber data penelitian dan metode pengumpulan data, metode analisis, dan tahapan pelaksanaan kegiatan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai gambaran umum responden, analisis data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran penelitian.