

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS  
PRODUK, ERP, ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN  
KINERJA PEMASARAN**

(STUDI PADA UMKM BATIK KOTA SEMARANG)



Diajukan sebagai salah satu syarat

untuk menyelesaikan Program Sarjana ( S1 ) Pada Program Sarjana

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**Yoan Georgina Clarissa Zakka**

**NIM: 12010115120049**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2019**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yoan Georgina Clarissa Zakka  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120049  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **PENGARUH ORIENTASI**

**KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS PRODUK,  
ERP, ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KEUNGGULAN BERSAING UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN  
(STUDI PADA UMKM BATIK KOTA SEMARANG)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

Semarang, 13 Juni 2019

Dosen Pembimbing



(Drs. H. Mudiantono, M.Sc)

NIP. 1955.1229.1982.03.1.003

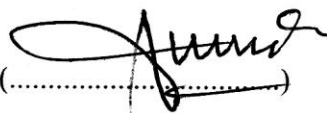
## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Yoan Georgina Clarissa Zakka  
Nomor Induk Mahasiswa : 12010115120049  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen  
Judul Skripsi : **PENGARUH ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS PRODUK,  
ERP, ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KEUNGGULAN BERSAING UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN  
(STUDI PADA UMKM BATIK KOTA  
SEMARANG**

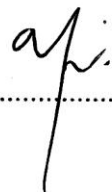
**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 2 Juli 2019**

Tim Penguji

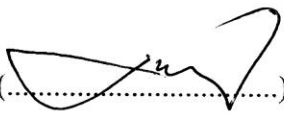
1. Drs. H. Mudiantono, M.Sc.

  
(.....)

2. Sri Rahayu Tri Astuti, S.E., M.M.

  
(.....)

3. Drs. Budi Sudaryanto, M.T.

  
(.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yoan Georgina Clarissa Zakka, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, ERP, Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Batik Kota Semarang)**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin 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 ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya 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, 17 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



Yoan Georgina Clarissa Zakka

NIM : 12010115120049

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**(Roma 10:11)**

**“Barangsiapa yang percaya kepada Dia, tidak akan dipermalukan.”**

**(Efesus 3:20)**

**“Bagi dialah, yang dapat melakukan jauh lebih banyak dari pada yang kita doakan atau pikirkan, seperti yang ternyata dari kuasa yang bekerja di dalam kita.”**

**(Tony Campolo)**

**“Your past is important, but it is not nearly as important to your present as the way you see your future is.”**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus Allahku yang perkasa, keluargaku yang tercinta yang mendukungku dengan kasih sayang hingga dapat menyelesaikan perkuliahanku dengan baik. Papaku Samuel Zakka dan Mamaku Nova Lesnussa yang selalu memberikan semangat, perhatian, ketulusan dan nasehat dalam setiap aspek kehidupanku.

## ABSTRAK

Pengamatan terhadap data pertumbuhan UMKM batik Kota Semarang pada tahun 2010 hingga 2018 mengalami peningkatan setiap tahun. Dengan semakin bertambahnya pelaku usaha batik, menuntut kreativitas setiap usaha untuk dapat mempertahankan bisnis yang dijalankan agar dapat memenangkan persaingan kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kualitas produk, ERP, dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pemilik UMKM batik di Kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0

Hasil pengujian menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data populasi. Sedangkan dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keenam hipotesis dapat diterima dan dibuktikan dalam penelitian ini, yaitu kinerja pemasaran dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing, serta keunggulan bersaing dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, kualitas produk, ERP dan orientasi pasar.

Kata kunci : Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, *Enterprise Resource Planning*, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran.

## **ABSTRACT**

*Based on the observation, the growth of Semarang SMEs batik in 2010 to 2018 have yearly rise. With the increasing number of batik business, creativity is needed to maintain the business existence and survive competitive competition.*

*This study aims to analyze the effect of entrepreneurial orientation, product quality, ERP, and market orientation on competitive advantage to improve marketing performance. The population used in this study were the owners of batik MSMEs in Semarang City. The number of samples used in this study were 108 respondents. The method of data collection is done through a questionnaire. This research uses Structural Equation Modeling (SEM) analysis technique using AMOS 24.0 analysis tool.*

*The test results using Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques indicate that the model is in accordance with population data. While the hypothesis testing shows that the six hypotheses can be accepted and proven in this study, namely marketing performance influenced by entrepreneurial orientation, market orientation and competitive advantage, and competitive advantage is influenced by entrepreneurial orientation, product quality, ERP and market orientation.*

*Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Quality, Enterprise Resource Planning, Market Orientation, Competitive Advantage, Marketing Performance.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia dan kebaikan-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, ERP, Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran**”. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, dan selaku Dosen Wali yang telah memberikan ilmu dan nasehatnya selama masa perkuliahan
3. Bapak Drs. H. Mudiantono, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan ini.
5. Papa Samuel Zakka dan Mama Nova Lesnussa, sebagai orang tua terbaik yang telah mendukung dengan penuh cinta dan kasih sayang.  
Yoel Zakka dan Yovi Zakka, sebagai saudara terbaik yang mendukung penulis dalam doa dan penuh perhatian.
6. Terimakasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini



7. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang yang telah bersedia memberikan data.
8. *Sister* saya tercinta, Christin Cindy yang senantiasa mendukung dan memotivasi penulis dalam segala keadaan.
9. *Sisters tercintaku* Jachinta, Riezky, dan Adelana yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan doa, motivasi, dukungan dan setia menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Sahabat sekaligus sodara tersayang seperjuangan di masa kuliah, Daisy Meirisa Tarigan. Terima kasih atas bantuan, kebaikan, ketulusan, serta semangat yang tidak henti-hentinya buat penulis.
11. Sahabat rohani dan baik hati Jane Natasha Girsang yang senantiasa menolong, membimbing skripsi penulis dengan penuh kasih sayang dan ketulusan.
12. *CICOT Girls*, Eka Violetta Ketaren dan Ertanti Sihaloho yang senantiasa menemani, mewarnai pelayanan di kampus serta mendukung perkuliahan penulis sampai akhir.
13. Emmanuela Siregar, sahabat sekaligus sister selama di Semarang yang selalu mendukung penulis.
14. Etha Iandri, sister kost yang mendukung, menolong dan menguatkan penulis dalam masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
15. Sahabat sekaligus sodara di manajemen, Ghina Mufidah dan Randika. Terima kasih buat motivasi, bantuan, kesabaran, kesetiaan dalam menemani masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
16. Rudolf Josua, adik terbaik yang selalu menemani dan mendukung penulis dalam perkuliahan maupun pelayanan.
17. Adik komcil terkasih, Sekar dan Rheta yang senantiasa mengasihi dan menguatkan penulis.
18. Pengurus “Anak Manis” yang selalu saling mendukung dan menopang dalam pelayanan maupun perkuliahan.
19. Naba, sister yang menjadi partner yang ada dalam suka duka selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kesabaran,

kasih sayang, motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

20. Sodara-sodari KKN Tim II 2018, Desa Dapurno alias “Grup Jahanam”, yang menjadi keluarga buat penulis; Aini, Agni, Elvira, Sizu, Zara, William, Michelle, Ilham. Terima kasih atas dukungan, kebaikan, motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
21. Pak “Mumu Squad”, Fajar, Isah, Erick, Arfen, Wildan, Mirza dan Alif yang telah memberi semangat,serta saling membantu dalam menyelesaikan skripsi.
22. Mas Muil, Mas Giffen, Bang Anes, Kak Ester yang senantiasa memberikan bantuan selama perkuliahan hingga nasehat dalam penyusunan skripsi.
23. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Diponegoro angkatan 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat kekeluargaan, keceriaan, dan canda tawanya selama kuliah.

## DAFTAR ISI

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....                                   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....                              | iii                                 |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....  | v                                   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | vi                                  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | vii                                 |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | viii                                |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | xi                                  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xiv                                 |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xvi                                 |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xvii                                |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | 1                                   |
| 1.1 Latar Belakang .....  | 1                                   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....   | 5                                   |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....                                    | 7                                   |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian .....   | 7                                   |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian .....  | 7                                   |
| 1.4 Sistematika Penulisan.....  | 8                                   |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....  | 9                                   |
| 2.1 Landasan Teori .....  | 9                                   |
| 2.1.1 Orientasi Kewirausahaan .....                                       | 9                                   |
| 2.1.2 Kualitas Produk.....  | 10                                  |
| 2.1.3 ERP .....   | 11                                  |
| 2.1.4 Orientasi Pasar .....   | 13                                  |
| 2.1.5 Keunggulan Bersaing.....  | 14                                  |
| 2.1.6 Kinerja Pemasaran .....   | 15                                  |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel .....   | 16                                  |
| 2.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing<br>16 |                                     |
| 2.2.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran ..      | 17                                  |
| 2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing .....         | 17                                  |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.2.4                                    | Pengaruh ERP terhadap Keunggulan Bersaing.....                | 18        |
| 2.2.5                                    | Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing.....    | 19        |
| 2.2.6                                    | Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran .....     | 19        |
| 2.2.7                                    | Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran ..... | 20        |
| 2.3                                      | Kerangka Pemikiran .....                                      | 21        |
| 2.4                                      | Hipotesis .....   | 21        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   |   | <b>23</b> |
| 3.1                                      | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....    | 23        |
| 3.1.1                                    | Variabel Penelitian .....                                     | 23        |
| 3.1.2                                    | Definisi Operasional Variabel.....                            | 24        |
| 3.2                                      | Penentuan Populasi dan Sampel .....                           | 26        |
| 3.2.1.                                   | Populasi .....  | 26        |
| 3.2.2.                                   | Sampel.....   | 26        |
| 3.3                                      | Jenis dan Sumber Data .....                                   | 27        |
| 3.3.1.                                   | Data Primer .....   | 27        |
| 3.3.2                                    | Data Sekunder .....   | 27        |
| 3.4                                      | Metode Pengumpulan Data .....                                 | 27        |
| 3.4.1.                                   | Wawancara.....  | 27        |
| 3.4.2.                                   | Kuisisioner .....   | 27        |
| 3.5                                      | Metode Analisis Data .....                                    | 28        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>36</b> |
| 4.1                                      | Deskripsi Objek Penelitian .....                              | 36        |
| 4.1.1                                    | Daerah Penyebaran Kuesioner.....                              | 37        |
| 4.1.2                                    | Gambaran Karakteristik Responden .....                        | 39        |
| 4.2                                      | Analisis Data .....   | 40        |
| 4.2.1                                    | Deskripsi Variabel Penelitian.....                            | 41        |
| 4.3                                      | Hasil Analisis .....  | 46        |
| 4.3.1.                                   | Deskripsi Variabel Penelitian .....                           | 46        |
| 4.3.2.                                   | Analisis Structural Equation Model (SEM).....                 | 51        |
| 4.3.3.                                   | Analisis Full Model SEM .....                                 | 54        |
| 4.3.4                                    | Pengujian Hipotesis.....                                      | 65        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>               |   | <b>68</b> |

|     |                                       |           |
|-----|---------------------------------------|-----------|
| 5.1 | Kesimpulan.....                       | 68        |
| 5.2 | Impilkasi Teoritis .....              | 69        |
| 5.3 | Implikasi Manajerial.....             | 71        |
| 5.4 | Saran Untuk Penelitian Mendatang..... | 71        |
|     | <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>           | <b>73</b> |
|     | <b>LAMPIRAN A.....</b>                | <b>81</b> |
|     | <b>LAMPIRAN B .....</b>               | <b>92</b> |
|     | <b>LAMPIRAN C.....</b>                | <b>96</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabel 1.1</b> Pembinaan Binaan UMKM Batik Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang 2010-2018 ..... | 4  |
| <b>Tabel 3.1</b> Definisi Operasional Variabel Penelitian.....                                     | 24 |
| <b>Tabel 4.1</b> Jumlah UMKM batik dirinci menurut Kecamatan Tahun 2018.....                       | 37 |
| <b>Tabel 4.2</b> Kategori Responden Berdasarkan Wilayah Pendirian Usaha .....                      | 38 |
| <b>Tabel 4.3</b> Jenis Modul ERP yang digunakan Responden.....                                     | 39 |
| <b>Tabel 4.4</b> Kategori Responden Berdasarkan Lama Menjalankan Usaha .....                       | 40 |
| <b>Tabel 4.5</b> Jawaban Kualitatif Responden .....  | 41 |
| <b>Tabel 4.6</b> Jawaban Kualitatif Responden .....  | 42 |
| <b>Tabel 4.7</b> Jawaban Kualitatif Responden .....  | 43 |
| <b>Tabel 4.8</b> Jawaban Kualitatif Responden .....  | 44 |
| <b>Tabel 4.9</b> Jawaban Kualitatif Responden .....  | 45 |
| <b>Tabel 4.10</b> Jawaban Kualitatif Responden .....   | 46 |
| <b>Tabel 4.11</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Kewirausahaan.....                  | 47 |
| <b>Tabel 4.12</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ....                 | 48 |
| <b>Tabel 4.13</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap ERP.....                                      | 49 |
| <b>Tabel 4.14</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap Orientasi Pasar.....                          | 49 |
| <b>Tabel 4.15</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Bersaing .....                     | 50 |
| <b>Tabel 4. 16</b> Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Pemasaran.....                       | 51 |
| <b>Tabel 4. 17</b> Hasil <i>confirmatory factor analysis</i> (CFA) model 1 .....                   | 53 |
| <b>Tabel 4.18</b> <i>Confirmatory Factor</i> Analisis Konstruk Eksogen.....                        | 54 |
| <b>Tabel 4.19</b> Uji Normalitas Data.....   | 56 |
| <b>Tabel 4.20</b> Identifikasi Outlier Univariate.....   | 57 |
| <b>Tabel 4.21</b> Mahalanobis Distance .....   | 58 |
| <b>Tabel 4.22</b> Standardized Residual Covarians Matriks .....                                    | 60 |
| <b>Tabel 4.23</b> <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i> .....                             | 62 |
| <b>Tabel 4.24</b> Hasil Pengujian Kelayakan Model <i>Structural Equation Model</i> (SEM) .....     | 64 |
| <b>Tabel 4.25</b> <i>Regression Weight Structural Equational</i> .....                             | 65 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....</b> | <b>69</b> |
|---|-----------|

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| <b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran Teoritis ..... | 21 |
| <b>Gambar 4.1</b> Konstruk Eksogen .....            | 52 |
| <b>Gambar 4.2</b> Uji Model .....                   | 64 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                 |    |
|-----------------|----|
| LAMPIRAN A..... | 81 |
| LAMPIRAN B..... | 92 |
| LAMPIRAN C..... | 96 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berkontribusi dalam menanggulangi masalah kemiskinan di Indonesia serta menjadi penyangga perekonomian daerah dan nasional (Hafni & Rozali, 2017). Menurut Bonita (2012) masalah yang dihadapi oleh negara berkembang seperti Indonesia, adalah bagaimana cara memanfaatkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berlimpah, seperti banyaknya SDM yang tidak terlatih (*unskilled*). Bagi dua sisi mata uang, masalah tersebut bukan hanya menjadikan beban bagi bangsa Indonesia, namun juga menjadi modal penting bagi pembangunan perekonomian bangsa. Meningkatnya persaingan yang kompetitif mengharuskan para pelaku usaha menjadi kreatif dan melakukan inovasi, mengembangkan SDM serta teknologi dan melakukan perluasan pemasaran agar mampu bersaing dengan produk asing yang terus membanjiri sektor industri dan manufaktur di Indonesia (Anggraeni dkk, 2013)

Salah satu UMKM di Kota Semarang yang mendapat perhatian khusus adalah UMKM batik. Pemerintah Kota Semarang melalui Dinas Koperasi dan UMKM memberikan perhatian khusus berupa pinjaman modal dan mengedukasi pelaku usaha UMKM batik dengan sederetan pelatihan. Hal tersebut dilakukan guna membantu pelaku usaha batik agar dapat bersaing dan mampu mengembangkan usahanya secara mandiri (Bonita, 2012).

Kehadiran batik di Indonesia sudah dikenal sejak zaman dahulu. Adhi, (2016) menjelaskan bahwa batik sudah dikenal sejak abad VII. Beberapa ahli sejarah juga mengungkapkan bahwa pada zaman dahulu kain yang digunakan untuk proses membatik berasal dari India. Hal ini terjadi ketika India melakukan kunjungan perdagangan ke Pulau Jawa. Kala itu, kain tersebut dikenal dengan nama “kain mori”. Amalia (2016) menjelaskan bahwa kain mori adalah hasil temuan dari orang India itu sendiri.

Batik merupakan identitas budaya Indonesia yang memiliki keunikan dan ciri khas yang membedakan bangsa Indonesia dengan bangsa lain. Indonesia memiliki keberagaman motif batik yang memiliki estetika kesenian yang membuatnya unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Menurut Poernomo (2015) terdapat 5.849 motif batik yang tersebar di seluruh Tanah Air. Pengaruh asing mempengaruhi keberagaman motif dan warna batik di Indonesia. Salah satu contoh pengaruh asing yang masuk ke Indonesia adalah Tionghoa dan Eropa. Hal ini terbukti dengan adanya motif *phoenix* yang dipopulerkan oleh Tionghoa dan motif bunga Tulip dari Eropa (Adhi, 2016). Hal ini membuktikan betapa menariknya batik Indonesia di kancah Internasional. Pada tanggal 2 Oktober 2009 batik dinobatkan oleh UNESCO sebagai warisan dunia. Pada masa kini, batik bukan hanya digunakan saat kegiatan kebudayaan, namun juga digunakan dalam tren busana acara formal maupun informal. Muchtar (2011) mengemukakan, eksistensi batik menjadi semakin populer dan modis, terutama di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya dan Bandung dimana terdapat banyak kaum muda yang antusias menggunakan batik di berbagai kesempatan.

Kota Semarang memiliki beragam jenis industri kerajinan batik. Salah satu jenis batik yang menjadi primadona adalah Batik *Semarangan*. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang menyatakan bahwa terdapat 64 unit usaha kerajinan batik resmi di Kota Semarang pada tahun 2012. Meskipun demikian, perkembangan industri batik masih terbilang kurang maksimal dan belum berkembang dengan baik karena banyak faktor internal yang mempengaruhi (Bonita, 2012).

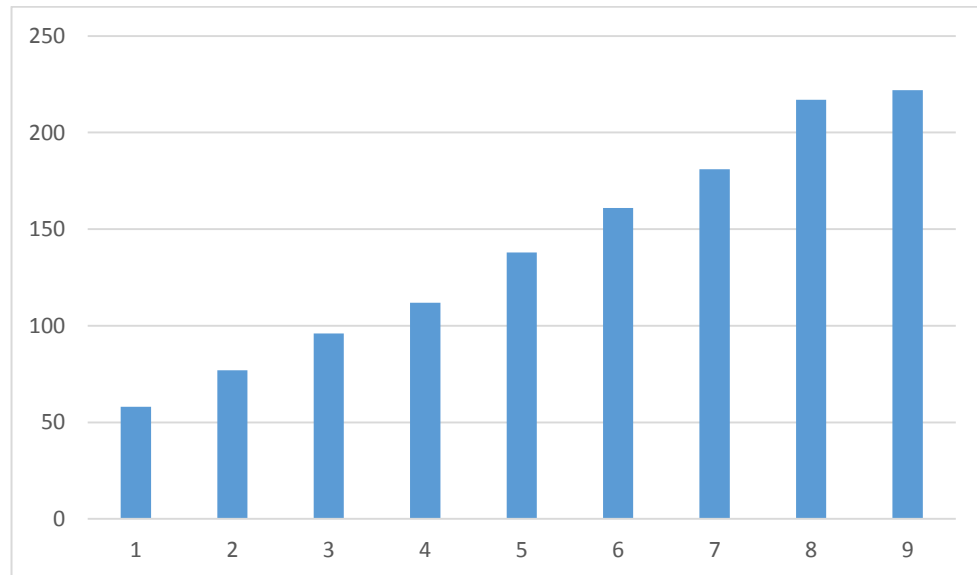
Salah satu pusat batik terbesar di Kota Semarang terdapat di Kampung Batik, tepatnya di daerah Rejomulyo, Semarang Timur. Kampung Batik sudah ada sejak abad ke-20. Sebagian besar penduduk yang ada di daerah tersebut bermata pencaharian sebagai pengrajin batik. Terdapat banyak poduk batik yang memiliki ragam motif dan warna sehingga menjadikan Kampung Batik sebagai salah satu daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Produk yang ditawarkan berupa aksesoris, sarung dengan corak batik dan beragam cinderamata lainnya.

Disamping itu pula, pengunjung yang datang dapat merasakan langsung bagaimana proses pembuatan batik. Industri kerajinan batik yang terdapat di daerah tersebut sempat terhenti pada tahun 1942 dikarenakan oleh tragedi pembakaran yang dilakukan oleh tentara Jepang. Namun, Kampung Batik diaktifkan kembali oleh Pemerintah Kota Semarang khususnya Dewan Kerajinan Nasional Daerah pada tahun 2006. Mereka juga turut membantu penduduk di daerah tersebut dengan mengadakan pelatihan pembuatan batik. Hal ini bertujuan agar penduduk mendapat pemahaman mengenai batik dengan harapan nantinya ilmu yang sudah diperoleh akan menjadi bekal penduduk untuk menghadapi persaingan dengan pelaku usaha batik lainnya.

Peningkatan penjualan adalah salah satu target yang harus dicapai demi keberlanjutan usaha. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian yang dilakukan oleh Shabastian dan Samuel (2013) menyatakan bahwa kendala yang dihadapi pengrajin batik adalah sulit untuk memasarkan produknya. Pada awalnya strategi yang diandalkan adalah melalui mulut ke mulut. Namun seiring berkembangnya teknologi, solusi yang ditawarkan untuk memasarkan produk menjadi lebih mudah. Salah satu contoh bentuk perluasan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Kampung Batik Semarang adalah dengan cara melalui papan reklame (*advertising*), media cetak, media elektronik, media *online* (Adhikara, 2016). Slamet dan Iskandar (2016) menyebutkan juga strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat adalah dengan mengadakan berbagai pameran batik di berbagai tempat. Contoh perusahaan batik asal Semarang yang telah mencapai pasar mancanegara adalah Batik Kultur milik Dea Valencia. Perusahaan ini memaksimalkan strategi dengan pemasaran berbasis digital untuk memudahkan promosi produk dan pilihan desain mode berkualitas.

Berikut data pertumbuhan pelaku UMKM batik dibawah binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang:

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Binaan UMKM Batik Dinas Koperasi dan UMKM Kota**  
**Semarang 2010-2018**



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang

Pada tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pelaku UMKM batik di Kota Semarang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tercatat sejak tahun 2010 sampai 2018 terjadi kenaikan sejumlah 164 UMKM dengan peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2017 dengan jumlah kenaikan 36 UMKM dibanding tahun sebelumnya. Data menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM Batik di Kota Semarang menunjukkan tren yang positif. Melalui bantuan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, pelaku UMKM Batik mengalami peningkatan. Walaupun mengalami peningkatan pada tiap tahunnya, namun dalam perkembangannya masih mengalami berbagai hambatan. Kendala yang dihadapi UMKM batik di Kota Semarang adalah belum terampil dalam mengelola keuangan, pemasaran dan manajemen SDM. Selain itu, masalah yang dihadapi UMKM batik di Kota Semarang ialah kelangkaan tenaga kerja yang mau bekerja di bidang batik. Pemberdayaan dan pelatihan kepada pengrajin batik belum efektif karena beberapa pengusaha batik tidak lagi melanjutkan usahanya, sehingga tingkat produktivitas batik menjadi rendah (Wardi & Susanto, 2017). Budiati dan Universari (2016) mengemukakan bahwa, beberapa penelitian membuktikan

adanya hambatan yang dihadapi sebagian besar pelaku UMKM terletak pada bidang pemasarannya. Batik Semarang masih sulit bersaing dengan batik yang telah memiliki keunggulan kualitas yaitu Batik Solo dan Pekalongan. Selain itu keterbatasan Batik Semarang adalah sulit dalam menjangkau pasar dan mendapatkan informasi pasar.

Keberhasilan suatu usaha salah satunya dipengaruhi oleh kinerja pemasaran. Hal ini karena kinerja pemasaran menjadi indikator yang menentukan keberlangsungan usaha dalam menghadapi persaingan yang kompetitif (Yusita, 2012). Dalam mencapai kinerja pemasaran suatu usaha, diperlukan strategi yang tepat yaitu dengan berorientasi pada pasar dan inovasi agar dapat tercapainya keunggulan bersaing. Persaingan yang kian kompetitif memerlukan kinerja bisnis yang baik. Suatu perusahaan dapat mempertahankan usahanya ketika mampu berinovasi untuk mempertahankan pangsa pasar dan peluang bisnis. Kinerja pemasaran juga menentukan keberlangsungan usaha dalam menghadapi persaingan usaha yang kompetitif (Jayaningrum & Sanawiri, 2018).

UMKM batik di Kota Semarang merupakan salah satu usaha yang berpotensi, namun belum menunjukkan kinerja pemasaran yang maksimal. Hal ini ditandai dengan adanya pertumbuhan UMKM batik yang menurun pada tahun 2018 yaitu sejumlah 5 unit binaan UMKM. Lebih lanjut, Bonita (2012) menerangkan bahwa industri batik di Kota Semarang belum berkembang pesat layaknya industri batik yang ada di Jogja, Solo dan Pekalongan. Menurut Setyanto dkk (2015) agar dapat mempertahankan keberlangsungan dan eksistensi suatu usaha, maka pelaku usaha perlu memahami adaptasi lingkungan bisnis yang dinamis serta penggunaan teknologi informasi yang tepat dalam mengelola usahanya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Meningkatnya jumlah UMKM batik di Kota Semarang menyebabkan persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Persaingan yang semakin ketat menimbulkan resiko kehilangan pelanggan bagi perusahaan atau UMKM. Maka

demi mempertahankan keberlangsungan usaha, perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk. Dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Oleh sebab itu pelaku usaha harus memahami bagaimana cara agar UMKM batik tersebut dapat unggul dibanding dengan pesaing sejenis. Kondisi tersebut menuntut para pelaku usaha UMKM batik agar fokus mengembangkan strategi efektif sehingga menjadi kekuatan untuk mempertahankan pelanggan serta meningkatkan profitabilitas suatu usaha. Masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah meliputi hal yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

1. Apa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing?
2. Apa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran?
3. Apa pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing
4. Apa pengaruh ERP terhadap keunggulan bersaing?
5. Apa pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing?
6. Apa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran?
7. Apa pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM batik di Kota Semarang
2. Mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM batik di Kota Semarang
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing
4. Mengetahui pengaruh ERP terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM batik di Kota Semarang
5. Mengetahui pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM batik di Kota Semarang
6. Mengetahui pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM batik di Kota Semarang
7. Mengetahui pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM batik di Kota Semarang

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Pelaku usaha batik (UMKM)  
Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi para pelaku pengusaha UMKM batik agar dapat memaksimalkan kinerja pemasaran melalui strategi pemasaran, orientasi kewirausahaan, ERP, dan orientasi pasar melalui keunggulan bersaing
2. Bagi Penulis  
Sebagai bahan pelajaran dan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta dapat menerapkan dalam organisasi atau perusahaan yang menjadi pandangan di bidang pemasaran.
3. Bagi Pembaca  
Untuk menambah wawasan dan informasi bagi seluruh pembaca serta dapat memberikan pandangan di masa yang akan datang dan berguna bagi siapapun yang akan melakukan penelitian.



## **1.4 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab satu menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab dua membahas dasar teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yaitu strategi pemasaran, orientasi kewirausahaan, ERP, orientasi pasar, keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran dan menyertakan penelitian terdahulu.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab tiga ini berisi penjabaran variabel yang digunakan serta definisi operasional, penetapan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab empat berisi hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan akan membahas analisis data secara keseluruhan

### **BAB V: PENUTUP**

Bab lima membahas kesimpulan atas hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta masukan bagi perusahaan dan masyarakat maupun bagi penelitian yang akan datang.