**RANCANGAN USULAN PENELITIAN SKRIPSI**

**NAMA : Nuramalia**

**NPM : 190214829**

**Judul : Analisis Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM Ritma Di Desa Margahayu**

1. **Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi memang menjadi isu yang menarik dalam beberapa dekade terakhir, bahkan hingga saat ini. (Soegiarto et al., 2019). Kinerja atau *performance* adalah sistem yang berhubungan dengan aktivitas dan hasil (outcome) yang diperoleh. Pemasaran merupakan ukuran prestasi dari aktivitas proses pemasaran secara menyeluruh dalam organisasi, (Suwarman et al., 2010). Setiap usaha atau perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar. Keberadaan pesaing memiliki pengaruh besar bagi sebuah usaha,sehinga untuk memenangkan persaingan dibutuhkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat.

Hal ini dipengaruhi oleh harga BBM, nilai tukar rupiah dan inflasi bulanan. Kebijakan ini dikeluarkan agar subsidi tepat sasaran.(Sari & Raudatul Adawiyah, 2019)

Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Orientasi pasar menjadi sumber inspirasi perusahaan dalam melakukan inovatif serta menjadi sumber keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran menjadi lebih baik, (Tjiptono & Chandra, 2017). Selain orientasi pasar, kreativitas produk juga merupakan hal yang perlu dilakukan oleh seorang wirausaha untuk meningkatkan kinerja pemasaran, karena kemampuan kreativitas dapat dijadikan sebagai pendorong keberhasilan perusahaan dalam bersaing. Selain orientasi pasar dan kreativitas produk, inovasi produk juga merupakan faktor penting yang harus ada dalam perusahaan yang akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Inovasi produk sebagai proses dan penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai guna, (Lukas & Ferrell, 2000).

UKM Ritma merupakan salah satu usaha yang berdiri pada tahun 2000 dan bertempat di Desa Margahayu kecamatan Loakulu Jonggon A. UKM Ritma ini bergerak dibidang kuliner. Dahulu UKM Ritma ini hanya menjual 1 produk saja yaitu Roti Anggi atau sering dikenal dengan Kue Keminting ( kue sagu ),dan seiring banyaknya persaingan UMKM yang ada di Desa Margahayu akhirnya UKM Ritma ini membuat inovasi produk dengan menambahkan beberapa cemilan lainnya lagi seperti Kue Keminting Gula Aren, Kue Kementing Daun kelor, Keripik tempe, Keripik pisang, Keripik singkong bahkan juga memproduksi Teh Herbal dan Jamu Tamaghiyo. Dalam menjalankan UKM Ritma ini, pemilik usaha dibantu oleh 3 orang karyawannya. Selain dapat membantu memudahkan beliau dalam memasarkan produk, Pemilik juga telah mengirim produk ini masuk di Indomart dan Eramart. Tetapi ada beberapa produk yang hanya di pasarkan di toko-toko kecil saja.

Dampak kepemimpinan sering dipandang sebagai konsep generik dengan diukur pada skala agregat tunggal, dan melupakan aspek-aspeknya. Baru-baru ini, penelitian telah menilai dampak gaya kepemimpinan terhadap penyimpangan karyawan.(Sabran et al., 2022)

Singkatnya, pemberdayaan dan kinerja karyawan di sector jasa dalam dekade terakhir terus memicu minat para sarjana terhadap materi pelajaran ini (Aboaloush et.al, 2018)(Ekowati et al., 2021)

Sumber daya manusia digunakan secara efektif dan adil untuk kepentingan individu, organisasi, dan masyarakat. (Iskandar et al., 2019)

1. **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang diangkat yaitu :

1. Apakah Orientasi, inovasi dan kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada Ukm Ritma ?
2. Apakah Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran ?
3. Apakah Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran ?
4. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap kinerja pemasaran ?
5. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis peningkatan kinerja pemasaran pada UMKM Ritma di Desa Margahayu melalui variable orientasi pasar, inovasi produk dan kreativitas.

1. **Manfaat Penulisan** :
2. **Perusahaan**

Sebagai tambahan informasi dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan dalam hal penetapan kebijakan tentang pengembangan UKM dimasa yang akan ariab.

1. **Akademisi**

Dapat menambah kepustakaan dalam bidang ilmu pengetahuan khususnya dibidang ekonomi dan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1. **Peneliti**

Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dibidang usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

1. **Tinjauan Pustaka**
2. Orientasi Pasar Menurut Narver dan Satler (1990) seperti dikutip Abrori (2002) adalah sebuah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien dalm menciptakan sikap-sikap yang diperlukan untuk menciptakan nilai yang superior bagi konsumen.
3. Inovasi Produk Menurut Kotler dan Keller (2009) inovasi adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru.
4. Kreativitas Menurut James J. Ghallagher (1985) adalah suatu proses mental yang dilakukan individu berupa gagasan atau produk baru, atau mengombinasikan antara keduanya yang pada akhirnya akan melekat pada dirinya.
5. Kinerja pemasaran Menurut Fatmawati (2016) adalah ukuran prestasi yang dihasilkan sebuah perusahaan atau organisasi dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Kinerja pemasaran diartikan pula sebagai sebuah konsep yang menjadi ukuran sampai seberapa jauh pencapaian pemasaran oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan.
6. **Penelitian Terdahulu :**
7. Marlina, 2019, “Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kreativitas Pelaku Usaha Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM (Studi Pada UMKM Di Kota Makassar )”.
8. Adijati Utaminingsih, 2016, “ Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kretaivitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara”.
9. Lila Fitria, 2013, “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Kain Jadi Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus”
10. **Varibel Pokok/Utama yang diteliti :**

Varibel utama dari penelitian ini adalah Kinerja Pemasaran .

1. I**ndikator Variabel :**
2. Orientasi Pasar :
* Orientasi Pelanggan
* Orientasi Pesaing
* Informasi Pasar
1. Inovasi Produk :
* Perluasan Lini *(line extensions)*
* Produk Baru
* Produk bnear-benar baru
1. Kreativitas :
* Keaslian Produk
* Tingkatan Transformasi Produk
* Kelayakan Produk
1. Kinerja Pemasaran :
* Pertumbuhan Pelanggan
* Volume Penjualan
* Keuntungan Laba
1. **Alat/Model Analisis :**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengadakan analisis atas data yang diperoleh agar dapat ditarik kesimpulan, maka digunakan analisis metode regresi linier berganda untuk melihat pengaruh tiga ariable bebas terhadap satu ariable terikat.

Analisis regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

Y = βo + β1X1 + β2X2 + β2X3 + e

Keterangan :

Y = Kinerja Pemasaran

X1 = Orientasi Pasar

X2 = Inovasi Produk

X3 = Kreativitas

βo = Konstanta

β1…β2 = Koefisien regresi

e = Pengganggu

Model seperti di atas, digunakan untuk mengetahui pengaruh antara ariable bebas dengan ariable terikat. Selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh ariable bebas terhadap ariable terikat.

1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Margahayu pada tanggal 7 oktober 2022.

Tenggarong, 13 Oktober 2022

|  |  |
| --- | --- |
| Diketahui,Dosen Wali**Ilham S.E** | Mahasiswa/i**Nuramalia****NP M : 19021482** |
|  |
| Disetujui,Ketua Program Studi**Ali Akbar S.E.,M.Si****NIK. 11027 1015 101177** | Wakil Dekan 1**Dr. Sabran S.E.,M.Si****NIK 11008 100 180872** |
| Dekan |
| **Syahrudin S, S.E.,M.Si****NIK 11022 1108 300972** |

DOSEN PEMBIMBING:

|  |  |
| --- | --- |
| Nama Pembimbing | Paraf Kaprodi |
| 1. ………………………………………………………
 | ……… |
| 1. ………………………………………………………
 | ………. |

\*). Diisi semua dengan penjabarannya sesuai dengan contoh format mini proposal pengajuan judul dan diketik pakai huruf Times New Roman 12

**DAFTAR PUSTAKA**

Ekowati, V. M., Sabran, Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sari, N. A., & Raudatul Adawiyah. (2019). The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2). http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Faizal, R., & Purwanti, S. (2019). *Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification* (Vol. 19, Issue 2). http://www.webology.org