

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk Pada Industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Poleang Utara Kabupaten Bombana

The Influence of Market Orientation on Product Innovation in The Palm Sugar Industry in The Watchunu Sub-District and North Poleang Bombana District

Sultan^{1*}, La Rianda¹, Dhian Herdhiansyah¹

¹Department of Food Science and Technology, Faculty of Agriculture, University of Halu Oleo.
Jl. H.E.A Mokodompit 93232, Indonesia

*Email: sultanftip015@gmail.com

Received: 10th December, 2019; Revision 14th January, 2020; Accepted: 10th February, 2020

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang utara Kabupaten Bombana. Sampel dalam penelitian ini adalah 38 responden Pada industri Gula Aren. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Hasil ini penelitian ini menemukan bahwa secara simultan Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang utara Kabupaten Bombana. Secara parsial variable Orientasi pasar dan Orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi produk.

Kata Kunci: Orientasi pasar, Orientasi Pelanggan, Inovasi produk

Abstract

This study aims to determine the effect of market orientation on product innovation in the Palm Sugar industry in Tontonunu District and Poleang utara Regency, Bombana Regency. The sample in this study were 38 respondents in the coconut sugar industry. This study uses multiple linear regression analysis as an analysis tool. The results of this study found that Market Orientation simultaneously had a significant effect on product innovation in the Palm Sugar industry in Tontonunu District and Poleang utara District in Bombana Regency. Partially, market orientation and customer orientation variables have a positive and significant effect on product innovation.

Keyword: *Market Orientation, Costumer Orientation, Produk Innovation.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada setiap negara berkembang salah satu hal yang menjadi prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan negaranya yaitu pembangunan nasional, begitu pula halnya dengan negara Indonesia salah satu hal yang diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia. Untuk mewujudkan pembangunan nasional di Indonesia adalah di bidang ekonomi bukan hanya memberi tanggung jawab dari pemerintah pusat tetapi juga tanggung jawab dari pemerintah daerah. Sektor yang memegang peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Peranannya terlihat nyata dalam penerimaan devisa negara melalui ekspor, penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku berbagai industri dalam negeri, perolehan nilai tambah dan daya saing serta optimalisasi pengelolaan sumberdaya alam secara berkelanjutan (Herdhiansyah, dkk, 2012; Herdhiansyah dan Asriani, 2018).

Kondisi persaingan di bidang perekonomian pada saat ini cukup ketat, oleh karena itu setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang menjadi keinginan konsumen dan apa yang menjadi kebutuhan konsumen serta perubahan apa yang harus dilakukan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menjadi pesaing bagaimana perusahaan berinovasi untuk menjawab apa yang menjadi keinginan konsumen, persaingan dengan kompetitor lain, serta perubahan yang terjadi di pasar, jika suatu perusahaan tidak melakukan perubahan atas produknya maka akan sangat beresiko. Menurut Setyawati (2013) orientasi pasar sebagai pencarian informasi tentang pasar berkaitan dengan keinginan konsumen untuk saat ini dan mendatang, penyebaran informasi ke seluruh organisasi, dan respon seluruh organisasi terhadap informasi tersebut.

Stanton (2012) menyatakan pandangannya bahwa strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar harus mengacu pada tiga konsep: (a) Berorientasi ke konsumen (b) Berusaha keras untuk memiliki volume penjualan yang dapat menghasilkan laba (c) Mengkoordinasikan semua kegiatan pemasaran

Jaworski & Kohli, (1993) menyatakan bahwa orientasi pasar berpotensi meningkatkan kinerja bisnis. Sasional. Dewi (2006) menyatakan bahwa budaya perusahaan yang menekankan pada pentingnya perusahaan.

Orientasi pasar adalah suatu aspek dimensi dari kultur organisasi dan sifat dari orientasi belajar serta lebih banyak penelitian untuk memahami norma dari nilai yang dapat dipertahankan serta pembelajaran secara organisasian untuk memperhatikan pasar (berorientasi pasar) akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing di perusahaan tersebut.

Kondisi persaingan pada sektor usaha kecil menengah (UKM) saat ini sudah mulai terasa ketat dan juga banyak UKM yang sudah mulai berkembang hingga maju di berbagai daerah di Indonesia, akan tetapi di daerah kabupaten Bombana yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara. Jumlah sektor UKM di Bombana pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan. Di mana yang sebelumnya tahun 2016 jumlah UKM sebanyak 3.046 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5.874 dibandingkan dengan tahun 2017 sebanyak 1.334 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 3.337. Ini menandakan persaingan di dalam sektor UKM sudah semakin ketat sehingga banyak perusahaan yang tidak bisa bertahan dari lingkungan persaingan.

Salah satunya usaha bergerak di industri bisnis pangan yakni gula Aren yang berada di Kec. Tontonunu dan Poleang Utara Berdasarkan data BPS Kabupaten bombana dan perkembangan usaha kecil menengah (UKM) perlahan-lahan mulai meningkat cukup signifikan, akan tetapi di tahun-tahun berikutnya usaha kecil menengah perlahan mulai mengalami penurunan, dikarenakan para Industri usaha kecil menengah (UKM) kurang memperhatikan dalam menghasilkan produk yang unggul dibandingkan dengan produk usaha kecil menengah (UKM) yang berada di luar Kabupaten Bombana Sulawesi Tenggara.

Salah satu masalah yang sedang dihadapi oleh Kecamatan Tontonunu dan Poleang Utara pada industri Gula Aren ialah menurunnya jumlah pemesanan gula aren serta kurang melakukan inovasi pada produk mereka, yang dikarenakan dalam memproduksi gula aren masih diproses secara manual atau secara tradisional sehingga cukup sulit jika memenuhi pemesanan dengan jumlah yang cukup banyak.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah dalam

Penelitian ini yakni:

1. Bagaimana orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Poleang Utara Kab. Bombana?
2. Bagaimana orientasi pelanggan berpengaruh terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Poleang Utara Kab. Bombana?
3. Bagaimana orientasi pasar dan orientasi pelanggan secara bersamaan berpengaruh inovasi Produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu dan Poleang Utara Kab. Bombana?

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu Kab. Bombana?
2. Mengentahui pengaruh orientasi pelanggan terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu Kab. Bombana?
3. Mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi pelanggan secara bersamaan berpegaruh terhadap inovasi produk pada industri Gula Aren di Kecamatan Tontonunu Kab. Bombana?

Waktu penelitian

Waktu yang di gunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak setelah ujian proposal pada tanggal 09 mei 2019 s/d Juli 2019.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi untuk penelitian ini adalah sebanyak 63 industri gula Aren. data ini di peroleh dari hasil pengamatan yang di lakukan oleh peneliti pada Kec. Tontonunu dan Kec. Poleang utara Kabupaten Bombana.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2010). Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu yaitu bertujuan agar data yang di peroleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2010).

Rumus Slovin

$$n = \frac{n}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Kesalahan pengambilan

Sampel

$$n = \frac{63}{1+63(0,1)^2} = \frac{63}{1+0,63} = \frac{63}{1,63} = 38 \text{ responden}$$

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana akan dilaksanakan penelitian. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat dari penelitian ini adalah Kecamatan Tontonunu Kab. Bombana. Persaingan yang semakin ketat di bidang UKM mengharuskan setiap industri gula aren harus berusaha untuk menciptakan keunggulannya dalam segi teknologi, kualitas dan produktifitasnya agar dapat tetap bertahan dan bersaing dengan industri lain.

Metode/Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu suatu aktivitas dalam melakukan pengamatan serta pencatatan yang sistematis terhadap objek penelitian yang menyangkut beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

b. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dan informasi yang dilakukan dengan cara melihat,

membaca dan mempelajari kemudian mencatat data tertulis yang berpengaruh dengan penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel dari penelitian ini terdiri dari:

A. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau *dependen*. Dalam penelitian ini, Orientasi pasar dan Orientasi pelanggan di tetapkan sebagai variabel bebas atau *independen*.

1. Orientasi pasar (X_1)

Orientasi pasar merupakan budaya bisnis di mana organisasi mempunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan.

Dalam memahami orientasi pasar maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai orientasi pasar yang efektif.

Indikator orientasi pasar adalah :

1. Selalu mengumpulkan informasi pasar
2. Selalu membangun koordinasi lintas departemen
3. Selalu menyebarkan informasi pasar kepada semua unit organisasi

2. Oriensi pelanggan (X_2)

Orientasi pelanggan adalah pemahaman yang memadai tentang target beli pelanggan dengan tujuan agar dapat menciptakan nilai unggul bagi pembeli secara terus menerus.

Dalam memahami orientasi Pelanggan maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai orientasi pelanggan yang efektif.

Indikator orientasi pelanggan adalah :

1. Selalu berusaha menciptakan loyalitas pelanggan
2. Selalu berusaha menciptakan kepuasan pelanggan. Selalu menganalisis keluhan pelanggan

B. Variabel Terikat (*Dependen*)

1. Inovasi produk

Inovasi Produk adalah suatu penemuan baru atau pengembangan terhadap suatu produk sehingga produk tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Dalam memahami Inovasi produk maka kita harus mengetahui apa saja indikator dalam mencapai Inovasi produk yang efektif.

Indikator Inovasi Produk adalah :

1. Perluasan lini produk
2. Produk tiruan/imitasi

3. Produk baru

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono, 2010).

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan antara orientasi pasar terhadap inovasi produk pada industri gula Aren di Kecamatan Tontonunu secara bersama-sama menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Menurut sugiyono (2006), model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel Dependen
- a = Konstanta
- $X_1 X_2$ = Variabel Independen
- β = Koefisien Regresi
- e = Standar Error

Dalam penelitian ini model regresi berganda yang akan di kembangkan adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

- Y = Inovasi produk
- a = Konstanta
- X_1 = Variabel Orientasi pasar
- X_2 = Variabel Orientasi pelanggan
- β = Koefisien Regresi
- e = Standar Error

HASIL DAN PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Bombana merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Tenggara yang terletak di kepulauan Jazirah Tenggara pulau Sulawesi. Apabila ditinjau dari peta Provinsi Sulawesi Tenggara, secara geografis terletak dibagian selatan garis khatulistiwa, memanjang dari utara ke selatan diantara $4^{\circ}22'' 59,4''$ – $50^{\circ}28'' 26,7''$ Lintang Selatan (sepanjang ± 180 km) dan membentang dari Barat ke Timur diantara $121^{\circ}27'' 46,7''$ – $122^{\circ}10'' 9,4''$ BT (sepanjang ± 154 km). Wilayah Kabupaten Bombana disebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Kolaka dan Konawe Selatan, di

sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Flores, di sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Muna dan Kabupaten Buton, serta sebelah Barat berbatasan dengan Teluk Bone. Kabupaten Bombana memiliki luas Daerah daratan seluas \pm 3.316,16 km² atau 331.616 ha, di mana daerah perairan laut diperkirakan seluas \pm 11.837,31 km². Saat ini, Kabupaten Bombana terdiri dari 22 wilayah Kecamatan, yaitu: Kecamatan Rumbia, Kecamatan Mata Oleo, Kecamatan Kepulauan Masaloka Raya, Kecamatan Rumbia Tengah, Kecamatan Rarowatu, Kecamatan Rarowatu Utara, Kecamatan Lantari Jaya, Kecamatan Mata Usu, Kecamatan Poleang Timur, Kecamatan Poleang Utara, Kecamatan Poleang Selatan, Kecamatan Poleang Tenggara, Kecamatan Poleang, Kecamatan Poleang Barat, Kecamatan Tontonunu, Kecamatan Poleang Tengah, Kecamatan Kabaena, Kecamatan Kabaena Utara, Kecamatan Kabaena Selatan, Kecamatan Kabaena Barat, Kecamatan Kabaena Timur dan Kecamatan Kabaena Tengah.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian yang di lakukan terhadap 38 responden gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	23	61
2	Perempuan	15	39
	Jumlah	38	100

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Tabel 1 dapat di ketahui bahwa responden yang berjenis kelamin pria lebih banyak yaitu 23 orang atau 61% responden di bandingkan dengan wanita yang berjumlah lebih sedikit yaitu 15 orang atau 39% . Artinya pelaku usaha industri gula aren di kec. Tontonunu dan Poleang utara di dominasi oleh laki-laki Hal ini menunjukkan bahwa pria merupakan kepala keluarga dan juga pengambil keputusan dalam setiap kegiatan dalam rumah tangga.

Karakteristik responden berdasarkan umur

Hasil penelitian yang di lakukan terhadap 38 responden di peroleh dari gambaran karakteristik responden berdasarkan umur terlihat pada Tabel 2

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan umur

No	Usia (Tahun)	Frekuensi	
		Orang	Persentase(%)
1	21 – 30	15	39
2	31 – 40	12	32
3	41 Tahun keatas	11	29
	Jumlah	38	100

Sumber : Data primer diolah(2019)

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak dengan rentang umur 31-40 tahun berjumlah 12 orang (32%), rentang umur terbanyak berikutnya adalah 21-30 tahun berjumlah 15 orang (39) Dan responden yang paling sedikit adalah dengan kisaran umur 41 tahun keatas sebanyak 11 orang (29%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pelaku usaha industri gula aren di Kec. Tontonunu dan Poleang Utara memiliki usia produktif karena pada usia tersebut memiliki pola pikir dan semangat kerja yang tinggi dan bagaimana cara mengelola usaha atau bisnis dengan baik.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 38 responden responden diperoleh dari gambaran karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

No		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	11	29
2	SMP	14	36
3	SMA	12	32
4	DIPLOMA	1	3
	Jumlah	38	100

Sumber : Data Primer diolah (2019)

Berdasarkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan SMP yaitu sebesar 14 orang atau 36% . hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha

industri gula aren di Kec. Tontonunu, dan Poleang Utara yang memiliki tingkat pendidikan SMA adalah pelaku usaha gula aren di Kec. Tontonunu dan Poleang utara yang mengerti mengenai cara pengelolaan usaha tersebut.

Karakteristik responden berdasarkan lama usaha/bebisnis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 38 responden dari gambaran karakteristik responden berdasarkan lama usaha/bebisnis terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan lama usaha/bebisnis

No	Lama usaha/ berbisnis	Frekuensi	
		Orang	Persentase (%)
1	1 – 5	9	24
2	6 – 10	17	45
3	11 – 15 tahun keatas	12	31
Jumlah		38	100

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas responden lama usaha yaitu selama 6-10 tahun dengan jumlah sebanyak 17 orang atau 42%. Hal ini menunjukkan lama usaha yang di jalankan oleh pelaku usaha gula aren di Kec. Tontonunu, dan Poleang Utara sebagian besar para usaha gula aren melanjutkan usaha yang di jalankan oleh orang tua dan keluarga.

Hasil Penelitian

Analisis Data Statistik

a. Uji t (Parsial)

Hasil uji model regresi pertama dapat dilihat pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	,078	,084		,929	,359
1 LOG_RATA RATA1	,646	,122	,590	5,295	,000
LOG_RATA RATA2	,237	,067	,398	3,567	,001

a. Dependent Variable: LOG_RATARATAY

Sumber: Data Primer diolah(2019)

Pengujian statistik uji t pada Tabel 5 pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengujian dari uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 0.590 X_1 + 0.398 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi orientasi pasar (X1) bertanda positif terhadap Inovasi produk (Y) yang artinya apabila terjadi peningkatan variabel orientasi pasar (X1), maka inovasi produk (Y) meningkat sebesar 0.590 dengan kata lain apabila variabel orientasi pasar (X1) sesuai dengan harapan pembeli maka inovasi produk (Y) akan meningkat pula dengan kata lain jika orientasi pelanggan (X1) bertambah sebesar satu satuan maka inovasi produk (Y) akan bertambah pula sebesar 0.590 begitu juga sebaliknya.
2. Koefisien regresi orientasi pelanggan (X2) bertanda positif terhadap inovasi produk (Y) yang artinya apabila terjadi peningkatan variabel orientasi pelanggan(X2), inovasi produk (Y) akan meningkat sebesar 0.426 dengan kata lain apabila variabel orientasi pesaing bertambah sebesar satu satuan maka inovasi produk (Y) akan naik pula sebesar 0.398

b. Hasil Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yaitu orientasi pasar dan orientasi pelanggan secara bersama-

sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait yaitu inovasi produk. Untuk menguji orientasi, dapat dilihat dalam Tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,119	2	,059	23,549	,000 ^b
Residual	,088	35	,003		
Total	,207	37			

a. Dependent Variable: LOG_RATARATAY

b. Predictors: (Constant), LOG_RATARATAX2, LOG_RATARATAX1

Sumber: Data Primer diolah (2019)

Berdasarkan tabel 6 di atas diperoleh nilai $F = 23,549$ dengan level $sig = 0,000^b$ yang jauh lebih kecil dari nilai $0,05$. Hal ini berarti bahwa H_1 dan H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar dan orientasi pelanggan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap inovasi produk pada industri gula aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,757 ^a	,574	,549	,05017

a. Predictors: (Constant), LOG_RATARATAX2, LOG_RATARATA

Sumber : Data Primer diolah (2019)

Uji R^2 dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Di mana R^2 nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$, semakin besar R^2 maka variabel bebas semakin dekat hubungannya dengan variabel tidak bebas, dengan kata lain model tersebut dianggap baik (Santoso, 2010).

Nilai R^2 pada Tabel 7 menunjukkan angka $0,574$ yang dapat diartikan bahwa sebesar $57,4\%$ variasi dari variabel terikat (inovasi produk) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (orientasi pasar, orientasi pelanggan), sedangkan sisanya ($42,6\%$) dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

6. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil Pengujian Variabel orientasi pelanggan (H_{a1}) berpengaruh signifikan dan positif karena dapat dilihat memiliki nilai signifikansi $0,000$ yang berarti berada di bawah taraf signifikansi $0,05$ (5%). Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap inovasi produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang baik akan meningkatkan inovasi produk pada industri gula aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang Utara. Hal ini dikarenakan dengan orientasi pasar yang baik otomatis inovasi produk akan ikut bagus dan dari penelitian dengan hasil signifikan dan positif dan signifikannya pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk ada indikasi bahwa inovasi produk akan meningkat. Deskripsi jawaban responden yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan nilai rata-rata indikator orientasi pasar sebesar 5% . Merujuk pada interpretasi skala likert, dapat disimpulkan bahwa rata-rata indikator variabel orientasi pasar berada pada kategori setuju, yang dapat diartikan bahwa sebagian besar pelaku usaha industri gula aren menyatakan sudah baik atau setuju dengan orientasi pasar usaha industri gula aren. Karena Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hasil tersebut telah konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Aurino R A Djamaris (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar secara signifikan dan positif mempengaruhi inovasi produk. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian skripsi ini membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk pada industri gula aren di Kabupaten Bombana.

Hasil Pengujian variabel orientasi pelanggan (H_{a2}) berpengaruh signifikan dan positif karena dapat dilihat memiliki nilai signifikansi $0,000$ yang berarti berada di bawah taraf signifikansi $0,05$ (5%). Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelanggan terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap inovasi produk.

Hasil uji t menunjukkan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelanggan yang baik otomatis

akan meningkatkan inovasi produk. Dari penelitian dengan hasil signifikan dan positif pengaruh dimensi orientasi pasar terhadap inovasi produk ada indikasi bahwa inovasi produk akan meningkat. Deskripsi jawaban responden. menunjukkan nilai rata-rata indikator orientasi pesaing sebesar 3,98% yang dapat diartikan bahwa sebagian besar pelaku usaha industri gula aren menyatakan sudah baik atau setuju dengan variabel orientasi pelanggan yang terdapat pada industri gula aren di kec. Tontonunu dan Poleang Utara Kabupaten Bombana.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lukas & Ferrel, 2000), yang menyatakan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk, Demikian pula hubungan langsung orientasi pelanggan terhadap inovasi produk dan menyimpulkan bahwa secara spesifik orientasi pelanggan mendorong terciptanya inovasi produk dalam hal perluasan lini, yaitu penciptaan produk yang tidak benar-benar baru namun relatif baru untuk sebuah pasar.

KESIMPULAN

1. Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk pada industri gula aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang Utara. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang baik akan meningkatkan inovasi produk pada industri gula aren Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang Utara. Hal ini dikarenakan dengan orientasi pasar yang baik otomatis inovasi produk akan ikut bagus dan dari penelitian dengan hasil signifikan dan positif dan signifikannya pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk ada indikasi bahwa inovasi produk akan meningkat.
2. Orientasi pelanggan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk pada industri gula aren di kec. tontonunu dan poelang utara Kab. Bombana. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pelanggan yang baik otomatis akan meningkatkan inovasi produk pada industri gula aren di Kecamatan Tontonunu dan Kecamatan Poleang Utara dan dari penelitian dengan hasil signifikan dan positif dan signifikannya pengaruh orientasi pelanggan terhadap inovasi produk ada indikasi bahwa inovasi produk akan meningkat.
3. Secara bersamaan, orientasi pasar dan orientasi pelanggan, berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi produk pada industri gula aren di Kec. Tontonunu dan Poleang Utara Kabupaten Bombana.

Daftar Pustaka

- Aurino R A Djamaris. 2018. *Effect of Market Orientation on Product Innovation in Smesco SMEs*. Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI). Vol. 1(2): 52-69.
- Dewi, S.T. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik Di Kota Dan Kabupaten Pekalongan). Universitas Diponegoro Semarang.. Vo. 15 (3)
- Hendri. H 2018. *The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises Performance*. International Journal of Science and Engineering Invention. Vol. 04: 8-21. ISSN: 2455-4286.
- Herdhiansyah, Dhian dan Asriani, 2018. Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara Jurnal Agroindustri Halal 4 (1), 030-041.
- Herdhiansyah, D, Sutiarto L, Purwadi D dan Taryono. 2012. Jurnal Teknologi Industri Pertanian 22 (2), 106-114.
- Jarowski, B.J dan Kohli, A.K. 1993. Market Orientation and Consequences. Journal of Marketing. Vol. 57(3): 53-70.
- Jaworski, K. 2000. Market Orientation: Antecedents and Consequences. Journal of Marketing. Vol. 57.
- Lukas, B.A. dan Ferrel, O.C.T. 2000. The effect of Market Orientation On Product Innovation. Journal of Academy of Marketing Science. Vol. 28 (2): 239- 247.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Setyawati. 2013. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi.STIE Putra Bangsa. Kebumen.

Stanton, W. J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.