

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar ke sarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 29 Mei 2023



MAY KHOIRUNNISA A.

NIM. 161410084

ABSTRAK

Nama : **May Khoirunnisa Al-Ikhtiyar**, NIM : **161410084**, Judul Skripsi : **Faktor-faktor yang Memengaruhi Strategi Pemasaran Pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten.**

Pesatnya perkembangan produksi kopi di Indonesia sudah tentu ditunjang penuh oleh usaha dan industri rumah tangga penghasil kopi. Strata industri kopi dalam negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala *home industry* hingga industri kopi berskala multinasional. Salah satu unit usaha berskala *home industry* yang terdapat di Banten ialah UMKM Kopi Cap Jempol. Meskipun sudah berdiri selama puluhan tahun namun karena dengan banyaknya pesaing yang memiliki usaha sejenis, membuat kondisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) kopi bubuk cap Jempol tidak cukup mampu bersaing, sehingga hal ini menjadi salah satu masalah yang dihadapi oleh usaha tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Pemasaran pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten. (2) Untuk mengetahui variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Strategi Pemasaran pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat bantu analisis menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic 25* dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, salah satunya dengan memberikan kuisioner kepada para *reseller* atau penjual Kopi Bubuk Cap Jempol sebagai sampel. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis (uji T dan uji F).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial (uji T): (a) variabel produk dan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel strategi pemasaran. (b) variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel strategi pemasaran. (c) variabel tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel strategi pemasaran. Sedangkan secara simultan (uji F): variabel produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi pemasaran.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Strategi Pemasaran.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Syekh Nawawi Al-Bantani Kp. Andamui Kel. Sukawana Kec. Curug Kota Serang
Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Usulan Munaqasyah**
a.n MAY KHOIRUNNISA A.
NIM. 161410084

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di –

Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

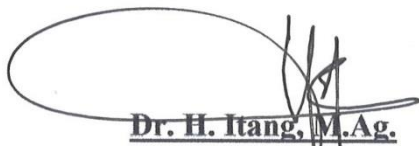
Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **MAY KHOIRUNNISA AL-IKHTIYAR, NIM. 161410084** dengan judul Skripsi ***"Faktor-faktor yang Memengaruhi Strategi Pemasaran pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten"*** diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 29 Mei 2023

Pembimbing I


Dr. H. Itang, M.Ag.
NIP. 19710804 199803 1 003

Pembimbing II


Zenno Noeralamsyah, M.E.I.
NIP. 19840417 201801 1 001

PERSETUJUAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM KOPI BUBUK CAP JEMPOL DI BANTEN


Oleh:

May Khoirunnisa Al-Ikhtiyar

NIM: 161410084

Menyetujui,

Pembimbing I


Dr. H. Itang, M.Ag.
NIP. 19710804 199803 1 003

Pembimbing II


Zenno Noeratsyah, M.E.I.
NIP. 19840417 201801 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam




Syatul Masykuroh, M.Si.

NIP. 19640212 199103 2 003

Ketua Jurusan

Ekonomi Syariah


Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.

NIP. 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n May Khoirunnisa Al-Ikhtiyar NIM 161410084 yang berjudul: ***“Faktor-faktor yang Memengaruhi Strategi Pemasaran pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten”*** telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 09 Juni 2023, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Wazin, M.Si.
NIP. 19630225 199003 1 005

Sekretaris Merangkap Anggota



Rasidah Novita Sari, M.E.
NIP. 19881116 202203 2 001

Anggota-Anggota,

Penguji I



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
NIP. 19640212 199103 2 003

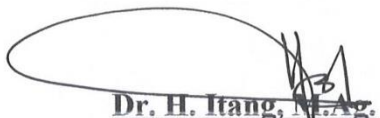
Penguji II



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 200501 2 003


Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. H. Itang, M.Ag.
NIP. 19710804 199803 1 003

Pembimbing II



Zenno Noeralamsyah, M.E.I.
NIP. 19840417 201801 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan

Alhamdulillahirabbil 'aalamiin..

Skripsi ini akan kupersembahkan untuk kedua orang tua ku,

**Bpk. Mujib, M.Pd. dan
Umi Nurotulailah**

*terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan disetiap malam
untukku. Anggaphlah, hasil karya ini sebagai hadiah kecil dariku
untuk kalian.*

Maaf, hanya ini yang baru bisa kuberikan..

*Setidaknya, bisa sedikit mengobati rasa lelah dan kecewanya kalian
selama ini.*

Teruntuk Kakak Perempuanaku, Natijatul Ikhtiyar, S.Pd.

Abangku, Rifki Apriadi Firdaus, S.Sos.

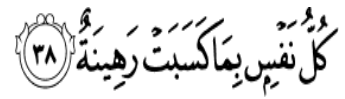
Dan Adikku, M. Ridhoullloh Al-Ikhtiyar

Terima kasih banyak..

F.A.M.I.L.Y

(Father and Mother I Love You)

MOTTO



“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.

(Q.S. Mudatstsir: 38)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



May Khoirunnisa Al-Ikhtiyar, lahir di Serang pada tanggal 22 Mei 1998. Puteri kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Mujib, M.Pd dan Ibu Nurotulailah. Bertempat tinggal di Kp. Gintung, RT. 002/RW. 006, Desa Banjarsari, Kecamatan Anyar, Kabupaten Serang-Banten.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh SD Negeri Ciputat Serang (2004-2006), SD Negeri Gintung (2006-2010), MTs Al-Inayah Cilegon (2010), SMP Negeri 2 Cinangka (2010-2011), SMP Negeri 1 Anyar (2011-2013), MA Al-Khairiyah Tegalbuntu Cilegon (2013-2016), kemudian melanjutkan kuliah di jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (2016) yang kini berganti nama menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, lolos melalui jalur seleksi UM-PTKIN. Pengalaman organisasi selama di Perguruan Tinggi yaitu mengikuti Paduan Suara Dwani Kartika dan Komunitas Ekonomi Syariah (KES) di FEBI serta Unit Pengembangan Tilawatil Quran (UPTQ) pada Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Strategi Pemasaran pada UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol di Banten”**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan baik dari segi pembahasan maupun penyusunannya. Hal ini disebabkan karen aketerbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulis, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat memberikan manfaat dan dorongan bagi peningkatan kemampuan dari penulis di masa yang akan datang.

Begitu banyak bimbingan, bantuan maupun dorongan yang penulis peroleh selama ini, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sekaligus Dewan Penguji Utama.

3. Ibu Hj. Mukhlisatul Jannah, S.E., M.M., M.Ak. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sekaligus Dewan Penguji Pendamping.
4. Bapak Dr. H. Itang, M.Ag. selaku dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi, selalu bersedia meluangkan waktu dan selalu memberikan saran pada penulis.
5. Bapak Zenno Noeralamsyah, M.E.I. selaku Pembimbing II dalam penyusunan skripsi, yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi, selalu memberi arahan dan saran-saran dengan sangat baik kepada penulis.
6. Bapak Efi Syarifudin, M.M. selaku dosen Pembimbing Akademik.
7. Seluruh Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Para karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Perpustakaan UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten yang telah memberikan fasilitas untuk melakukan studi kepustakaan.
9. Produsen dan para karyawan UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol sudah bersedia menjadi objek penelitian skripsi dan membantu penulis dalam mengumpulkan data.

10. Keluarga Besar Ekis C 2016 yang telah kebersamai selama menempuh pendidikan di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten tidak lupa pula kepada personil grup PT yang telah memberikan *support system* terbaik.
11. Teman-teman semester akhir 2016, yang sudah mau sama-sama berjuang merasakan suka duka selama penyusunan skripsi.
12. Sipa 'kuadrat', Dikri Solehudin, Choirul Fajri, Kak Abu Lais, Kak Jemi, Roni, Rosmiati dan suami, Teh Rahmawati, Aldi Kurniawan dan Suhendar yang selama ini sudah sangat membantu dalam pengerjaan skripsi sampai dengan selesai.
13. Semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 29 Mei 2023

Penulis,

MAY KHOIRUNNISA A.

NIM. 161410084

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSRTAK.....	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN MUNAQOSYAH	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Masalah	9
F. Manfaat Penelitian	10
G. Kerangka Pemikiran	11
H. Sistematika Penulisan	14

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori	16
-------------------------	----

1. Sejarah Banten	16
2. Kopi	18
3. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	26
4. Strategi Pemasaran	28
5. Strategi Pencapaian Daya Saing untuk UMKM	50
6. Konsep Pemasaran dalam Islam	52
B. Hubungan Antar Variabel	54
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	55
D. Hipotesis	58

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian	61
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	61
1. Jenis Penelitian	61
2. Sumber Data	62
C. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	63
1. Teknik Pengumpulan Data.....	63
2. Pengolaha Data	64
D. Analisis Penelitian	65
E. Teknik Analisis Data	67
F. Uji Asumsi Klasik.....	69
G. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
H. Pengujian Hipotesis	73

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Kopi Bubuk Cap Jempol	77
1. Struktur Organisasi UMKM Kopi Bubuk Cap Jempol	78
2. Strategi Pemasaran	79
3. Kendala yang Dihadapi	80

4. Keunggulan Kopi Menurut Produsen Kopi Bubuk Cap Jempol	80
5. Harapan Produsen Kopi Bubuk Cap Jempol	81
B. Karkteristik Responden	81
1. Berdasarkan Rentang Usia Responden	81
2. Berdasarkan Jenis Kelamin	82
3. Berdasarkan Sumber Informasi	83
C. Statistik Deskriptif	85
1. Variabel Produk (X_1)	85
2. Variabel Harga (X_2)	87
3. Variabel Tempat (X_3)	90
4. Variabel Promosi (X_4)	92
5. Variabel Strategi Pemasaran	95
D. Hasil Analisis Data	97
1. Uji Validitas	97
2. Uji Reliabilitas	103
E. Uji Asumsi Klasik	105
1. Uji Normalitas	105
2. Uji Heteroskedastisitas	107
3. Uji Multikolinieritas	108
F. Analisis Regresi Linier Berganda	110
G. Uji Hipotesis	113
1. Koefisien Determinasi (R^2)	113
2. Uji Parsial (Uji T)	114
3. Uji Simultan (Uji F)	118
H. Pembahasan Hasil Penelitian	120

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	124
B. Saran	126

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produksi Kopi Indonesia tahun 2019-2021	3
Tabel 1.2 Produksi Kopi Banten tahun 2019-2021	5
Tabel 2.1 Klasifikasi UMKM	27
Tabel 2.2 Perbedaan Konsep Penjualan dan Pemasaran	32
Tabel 2.3 Perbedaan Konsep Penjualan dan Pemasaran	33
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	66
Tabel 3.1 Definisi Variabel	81
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	82
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	85
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Produk	87
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Harga	90
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tempat	92
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Promosi	92
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Strategi Pemasaran	95
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X_1 (Produk)	98
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Harga)	99
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel X_3 (Tempat)	100
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel X_4 (Promosi)	101
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Strategi Pemasaran)	102
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Produk (X_1)	103
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Harga (X_2)	103
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Tempat (X_3)	104

Tabel 4.17 Uji Reliabilitas Promosi (X_4)	104
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Strategi Pemasaran (Y)	104
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	106
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinieritas	109
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	110
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	114
Tabel 4.23 Hasil Uji T Parsial	115
Tabel 4.24 Hasil Uji F Simultan	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	13
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi	78
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal <i>Probabiliy Plot</i>	105
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatterplo	108
Gambar 4.4 Kurva Dua Arah Pengujian Hipotesis	116