

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 asli merupakan 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 dikemudian 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 dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 09 Juli 2021



Fuji Novianti
NIM. 171410031

ABSTRAK

Nama: Fuji Novianti, NIM: 171410031, Judul Skripsi: *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang)*.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Carita untuk mengetahui apakah variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran pada UMKM di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang. Variabel yang diteliti yaitu orientasi kewirausahaan (X1), orientasi pasar (X2), inovasi produk (X3) dan kinerja pemasaran (Y).

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1). Seberapa besarkah pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran secara parsial?. 2). Seberapa besarkah pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran secara simultan?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui secara parsial pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. 2). Untuk mengetahui secara simultan pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda di mana metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Metode uji asumsi klasik diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas serta menggunakan uji statistik diantaranya uji koefisien regresi, uji t dua sisi karena diduga ada pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

Kesimpulannya pengujian hipotesis orientasi kewirausahaan diketahui nilai $t_{hitung} 0,260 < t_{tabel} 1,988$ dengan demikian maka tidak terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Pengujian hipotesis orientasi pasar diketahui nilai $t_{hitung} 4,267 > t_{tabel} 1,988$ dengan demikian maka terdapat pengaruh positif antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Pengujian hipotesis inovasi produk diketahui nilai $t_{hitung} 2,633 < t_{tabel} 1,988$ dengan demikian maka tidak terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Setelah dilakukan analisis secara statistik diketahui bahwa persamaan regresi berganda $Y = 4,283 + 0,133X_1 + 0,296X_2 + 0,167X_3 + e$. Nilai F diketahui sebesar $F_{hitung} 8,423 > F_{tabel} 2,71$ dengan demikian maka terdapat pengaruh secara simultan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Nilai R sebesar 0,386 yang artinya hubungan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk tinggi atau kuat. Nilai R² yaitu 38,6% hal ini berarti jumlah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan inovasi produk sisanya 61,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran



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

Jl. Jenderal Sudirman N0. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323 Fax. (0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lamp : 1 (satu) eksemplar
Hal : **Ujian Munaqasyah**
a.n. Fuji Novianti
NIM. 171410031

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH BANTEN
di-
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **Fuji Novianti**, NIM : **171410031**, Yang Berjudul **Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Sudi Pada UMKM Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang)**., diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas segala perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 09 Juli 2021

Pembimbing I,

Dr. Wazin, M.Si

NIP: 196302251990031005

Pembimbing II,

Surahman, M.E

NIP: 198109112015031003

PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI PADA UMKM DI KECAMATAN CARITA KABUPATEN PANDEGLANG)

Oleh:

Fuji Novianti
NIM. 171410031

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Wazin, M.Si
NIP: 196302251990031005

Pembimbing II,



Surahman, M.E
NIP: 198109112015031003

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam**



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si
NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M.M.Ak
NIP.1974082220050120003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Fuji Novianti NIM: 171410031 yang berjudul: “*Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang)*” telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 09 Juli 2021, skripsi ini telah di terima 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. H. Efi Syarifudin, M.M
NIP. 197803142005011005


Sekretariats Merangkap Anggota



Fitri Raya, M.Ek
NIP. 198808102019032010

Anggota-Anggota,

Penguji I



Rustamunadi, M.H.
NIP. 196709241989031001

Penguji II



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M.
NIP. 19720317199903100

Pembimbing I,



Dr. Wazin, M.Si
NIP: 196302251990031005

Pembimbing II,



Surahman, M.E
NIP: 198109112015031003

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan Skripsi ini
Untuk kedua Orang Tua
Ayahanda Ali Sopian
Dan Ibunda Kusnawati
Tercinta yang telah mendidik
Serta selalu mencurahkan
Rasa kasih sayangnya sehingga saat ini,
Pengorbanan keduanya
Tak sanggup untuk dibalas dengan apapun
Hanya dengan doa yang dapat
Disanjungkan
Ampunilah dosa-dosa mereka
Berilah kasih sayang pada mereka
Sebagaimana mereka telah mengasihisayangi
Diriku di waktu kecil. Aamiin...

MOTTO

**“ KEMAUAN HARUS DILANDASI DENGAN TEKAD YANG
BULAT DAN HARUS BERANI DALAM MENGAMBIL
KEPUTUSAN”**

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Fuji Novianti, lahir di Pandeglang anak pertama dari dua bersaudara, dari orang tua bernama, Ayah Ali Sopian dan Ibu Kusnawati

Pendidikan yang telah ditempuh SDN SUKAJADI 2 di Balumbang, Carita Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten lulus Tahun 2011, SMPN 1 LABUAN di Labuan Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten lulus Tahun 2014, SMAN 3 PANDEGLANG di Labuan Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten lulus Tahun 2017, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi intra kampus yaitu SiGMA sebagai anggota dan pengurus tahun 2017 sampai 2020.

KATA PENGANTAR

Assalamu;alaikum Wr. Wb.

Ungkapan Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kaum muslim masih di berikan nikmat sehat wal'afiat. Selawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan ang diberikan oleh Allah SWT dean dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang)”***

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
3. Ibu Mukhlisotul Jannah, SE., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
4. Bapak Dr. Wazin, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Surahman, M.E selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Agus Lesmana sebagai Skertaris Desa Sukajadi yang telah membantu memberikan informasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu seluruh dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Kepada teman saya Rifo Angraini dan Efanía Aulia yang telah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 09 Juli 2021

Penulis,

Fuji Novianti

NIM. 171410031

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| PERNYATAAN KEASLIAN | i |
| ABSTRAK | ii |
| NOTA DINAS | iii |
| PERSETUJUAN | iv |
| PENGESAHAN | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| MOTTO | vii |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 11 |
| C. Pembatasan Masalah | 12 |
| D. Perumusan Masalah | 13 |
| E. Tujuan Penelitian | 13 |
| F. Manfaat Penelitian | 14 |
| G. Sistematika Penulisan | 16 |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA | 18 |
| A. Kinerja Pemasaran | 18 |
| 1. Definisi Kinerja Pemasaran | 18 |
| 2. Pengukuran Kinerja Pemasaran | 20 |

| | | |
|---|---|-----------|
| B. | Orientasi Kewirausahaan..... | 23 |
| 1. | Definisi Orientasi Kewirausahaan..... | 23 |
| 2. | Dimensi Orientasi Kewirausahaan | 25 |
| 3. | Pengukuran Orientasi Kewirausahaan..... | 27 |
| C. | Orientasi Pasar..... | 29 |
| 1. | Definisi Orientasi Pasar..... | 29 |
| 2. | Pengukuran Orientasi Pasar | 33 |
| D. | Inovasi Produk..... | 37 |
| 1. | Definisi Inovasi Produk..... | 37 |
| 2. | Pengukuran Inovasi Produk | 40 |
| E. | Bisnis dan Manajemen dalam Perspektif Syariah | 41 |
| 1. | Bisnis syariah | 41 |
| 2. | Tujuan Bisnis Syariah | 43 |
| 3. | Manajemen Syariah | 45 |
| 4. | Fungsi Manajemen Syariah..... | 46 |
| F. | Pemasaran Syariah | 50 |
| G. | Hubungan antar Variabel..... | 53 |
| H. | Penelitian Terdahulu | 57 |
| I. | Kerangka Pemikiran..... | 65 |
| J. | Hipotesis..... | 66 |
| BAB III : METODE PENELITIAN..... | | 69 |
| A. | Wilayah dan Waktu Penelitian | 69 |
| B. | Variabel Penelitian | 69 |
| C. | Populasi dan Sampel | 69 |
| D. | Jenis dan Sumber Data | 71 |
| E. | Teknik Pengambilan Data | 72 |
| F. | Teknik Analisis Data..... | 74 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Uji Validitas dan Realibilitas | 74 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 76 |
| 3. Uji Regresi Linear Berganda..... | 78 |
| 4. Uji Hipotesis..... | 79 |
| G. Operasional Variabel Penelitian | 81 |
| BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN..... | 84 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 84 |
| B. Analisis Statistik Deskriptif | 85 |
| C. Analisis dan Pembahasan | 115 |
| 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas | 115 |
| 2. Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 120 |
| 2.1 Uji Normalitas | 120 |
| 2.2 Uji Multikolonieritas | 123 |
| 2.3 Uji Heterokedastisitas | 124 |
| 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 127 |
| 4. Hasil Uji Hipotesis | 129 |
| 4.1 Hasil Uji t | 130 |
| 4.2 Hasil Uji F | 132 |
| 4.3 Hasil Koefisien determinasi (R^2) | 133 |
| D. Pembahasan Hasil Analisis | 134 |
| BAB V : PENUTUP | |
| A. Kesimpulan..... | 138 |
| B. Saran-saran | 140 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| GAMBAR 1.1 Data Perbandingan Kondisi Usaha Sebelum dan Saat Terdampak Covid-19..... | 4 |
| GAMBAR 1.2 Data Omset Penjualan Per Tahun UMKM Makanan di Kecamatan Carita Kabupaten Pandeglang ... | 7 |
| GAMBAR 4.1 Kurva Normal P-Plot | 121 |
| GAMBAR 4.2 Kurva Scaterrplot | 125 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 57 |
| TABEL 3.1 Operasional Varabel Penelitian | 81 |
| TABEL 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 85 |
| TABEL 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia | 86 |
| TABEL 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Bidang Usaha | 87 |
| TABEL 4.4 Selalu Memberikan Gagasan Baru Terhadap Produk Yang Dijual..... | 88 |
| TABEL 4.5 Produk Yang Dijual Merupakan Hasil Gagasan Sendiri Dan Bukan Plagiarisme | 89 |
| TABEL 4.6 Selalu Mengimplementasikan Gagasan Baru Tersebut Kedalam Produk Saya | 89 |
| TABEL 4.7 Dalam Menjalankan Bisnis Saya Mengedepankan Sifat Proaktifitas | 90 |
| TABEL 4.8 Cepat Tanggap Dalam Mengatasi Perubahan Pasar | 91 |
| TABEL 4.9 Menyukai Hambatan Dan Tantangan Dalam Berbisnis | 91 |
| TABEL 4.10 Memiliki Jiwa Berani Mengambil Resiko Dalam Berbisnis | 92 |
| TABEL 4.11 Penjualan Yang Saya Lakukan Selalu Mencapai Target | |
| TABEL 4.12 Saya Selalu Menciptakan Produk Yang Disukai Oleh Para Pelanggan..... | 93 |
| TABEL 4.13 Komitmen Untuk Mencapai Kepuasan Pelanggan | 94 |
| TABEL 4.14 Saya Memahami Keinginan Dan Kebutuhan Pelanggan..... | 94 |
| TABEL 4.15 Mampu Memuaskan Pelanggan Dengan Produk Yang Ditawarkan..... | 96 |
| TABEL 4.16 Tidak Pernah Menerima Keluhan Dan Kritik Dari Para Pelanggan..... | 96 |

| | |
|---|-----|
| TABEL 4.17 Selalu Memberikan Pelayanan Yang Baik Untuk Kepuasan Pelanggan..... | 97 |
| TABEL 4.18 Mengumpulkan Informasi Selera Yang Disukai Pelanggan Dari Partner Usaha..... | 97 |
| TABEL 4.19 Ketika Saya Menemukan Pelanggan Kurang Puas Dengan Pelayanan Saya, Segera Dilakukan Evaluasi | 98 |
| TABEL 4.20 Menerima Masukan, Kritik Dan Saran Dari Para Pelanggan | 99 |
| TABEL 4.21 Mampu Menarik Jumlah Konsumen Dengan Skala Yang Besar | 99 |
| TABEL 4.22 Teknologi Yang Saya Gunakan Tidak Kalah Canggih Dengan Teknologi Pesaing..... | 100 |
| TABEL 4.23 Selalu Mengamati Perkembangan Yang Dilakukan Oleh Pesaing..... | 101 |
| TABEL 4.24 Jika Pesaing Saya Mengadakan Kampanye Yang Darahkan Ke Pelanggan Saya, Saya Langsung Bergerak Dengan Cepat | 101 |
| TABEL 4.25 Merespon Dengan Cepat Segala Perubahan Yang Terjadi Pada Pesaing Saya | 102 |
| TABEL 4.26 Berusaha Menanggapi Perkembangan Perusahaan Lain Sebagai Acuan Melakukan Perbaikan | 103 |
| TABEL 4.27 Memperhatikan Kualitas Produk Yang Saya Pasarkan | 104 |
| TABEL 4.28 Produk Yang Saya Pasarkan Banyak Varian Yang Ditawarkan | 104 |
| TABEL 4.29 Selalu Berusaha Menciptakan Produk Dalam Bentuk Yang Berbeda Dengan Pesaing | 105 |
| TABEL 4.30 Aktif Mengikuti Trend Pasar Untuk Memodifikasi Produk Saya | 106 |

| | | |
|------------|---|-----|
| TABEL 4.31 | Harus Terus Mengembangkan Produk Untuk Menciptakan Keunggulan Produk Dengan Pesaing | 106 |
| TABEL 4.32 | Melakukan Perubahan Harga Disesuaikan Harga Pasar..... | 107 |
| TABEL 4.33 | Harga Yang Ditawarkan Sesuai Ukuran, Bentuk Dan Pesanan | 108 |
| TABEL 4.34 | Jumlah Produksi Lebih Dari 100kg Selalu Habis Terjual..... | 108 |
| TABEL 4.35 | Target Penjualan Selalu Mengalami Kenaikan Setiap Tahunnya | 109 |
| TABEL 4.36 | Setelah Melakukan Pengembangan Produk, Omset Dalam Satu Tahun Ini Selalu Mengalami Peningkatan | 110 |
| TABEL 4.37 | Pertumbuhan Penjualan Terus Meningkat Secara Berkala Dengan Adanya Pengembangan Produk | 110 |
| TABEL 4.38 | Perusahaan Saya Mengalami Peningkatan Omset Dibandingkan Tahun-Tahun Sebelumnya | 111 |
| TABEL 4.39 | Saya Senantiasa Memperluas Daerah Pemasaran Dalam Menawarkan Produk..... | 112 |
| TABEL 4.40 | Pertumbuhan Pelanggan Menjadi Meningkat Dengan Diadakannya Perluasan Daerah Pemasaran | 113 |
| TABEL 4.41 | Peningkatan Penjualan Yang Diperoleh Menunjukkan Bertambahnya Jumlah Pelanggan Saya | 113 |
| TABEL 4.42 | Saya Mendapatkan Laba Yang Cukup Sesuai Hasil Produksi Yang Saya Lakukan..... | 114 |
| TABEL 4.43 | Saya Meningkatkan Laba Dengan Menambah Volume Penjualan | 115 |
| TABEL 4.44 | Hasil Uji Validitas | 116 |

| | |
|--|-----|
| TABEL 4.45 Hasil Uji Reabilitas..... | 120 |
| TABEL 4.46 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test..... | 123 |
| TABEL 4.47 Hasil Uji Multikolinearitas | 125 |
| TABEL 4.48 Hasil Uji Heterokedastisitas | 126 |
| TABEL 4.49 Analisis Regresi Linear Berganda | 128 |
| TABEL 4.50 Hasil Uji t | 129 |
| TABEL 4.51 Hasil Uji F | 132 |
| TABEL 4.52 Hasil Koefisien Determinasi (R^2) | 134 |