

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 dan 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 orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 8 Juni 2023

Penulis,



Neng Ipin Oktaviani
NIM. 191410179

ABSTRAK

Nama: Neng Ipin Oktaviani, NIM: 191410179, Judul Skripsi: Pengaruh Strategi Marketing, Kreativitas dan Inovasi Pembuatan Golok Tradisional dalam Meningkatkan Penjualan Produk.

Perkembangan ekonomi di Indonesia memerlukan kontribusi dari berbagai sektor terutama sektor ekonomi yang terdiri atas unit usaha berskala kecil, yakni Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM dalam bidang industri kreatif merupakan salah satu industri yang memiliki peranan penting dalam menjunjung perekonomian Indonesia termasuk UMKM golok ini memiliki potensi pasar yang tinggi di Indonesia khususnya di Provinsi Banten, tetapi pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap pemasaran produk tersebut masih minim. Oleh karena itu, perlu adanya strategi *marketing*, kreativitas dan inovasi untuk memanfaatkan secara maksimal peluang tersebut sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini dilakukan di CV *Marketing* Langit Golok untuk mengetahui apakah variabel strategi *marketing*, kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dalam meningkatkan penjualan produk. Variabel yang diteliti yaitu strategi *marketing* (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3), serta penjualan produk (Y).

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini yaitu 1). Apakah strategi *marketing* (X_1) berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk (Y) pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok? 2). Apakah kreativitas berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok? 3). Apakah inovasi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok? 4). Apakah strategi *marketing*, kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui apakah strategi *marketing* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok. 2). Untuk mengetahui apakah kreativitas berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok. 3). Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok. 4). Untuk mengetahui apakah strategi *marketing*, kreativitas dan inovasi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap peningkatan penjualan produk pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok.

Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan rangkaian yakni: Metode uji instrumen, yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Metode uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Serta uji statistik analisis regresi berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f . keseluruhan uji tersebut menggunakan SPSS 22.0 sebagai alat pengolah data.

Kesimpulannya pada pengujian hipotesis Uji t , strategi *marketing* (X_1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan penjualan produk (Y), kreativitas (X_2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan penjualan produk (Y), inovasi juga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan penjualan produk (Y), dan Uji f diketahui strategi *marketing* (X_1) kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel *dependent* yaitu peningkatan penjualan produk (Y) pada UMKM CV *Marketing* Langit Golok, Kecamatan Petir.

Kata Kunci: Strategi Marketing, Kreativitas, Inovasi, UMKM, Golok Tradisional, Penjualan Produk.



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323
Fax. (0254) 200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (Satu) Eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi dan
Hal	: Pengajuan Munaqasyah	Bisnis Islam
	a.n. Neng Ipin Oktaviani	UIN SMH Banten
	NIM. 191410179	di –
		Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Neng Ipin Oktaviani, NIM 191410179** yang berjudul **“Pengaruh Strategi Marketing, Kreativitas dan Inovasi Pembuatan Golok Tradisional dalam Meningkatkan Penjualan Produk”** telah dapat 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.

Demikian, atas segala perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 08 Juni 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.
NIP. 197203171999031001

Dr. Helaluddin, M.Pd.
NIP. 198110052015031001

PERSETUJUAN

PENGARUH STRATEGI *MARKETING*, KREATIVITAS DAN INOVASI PEMBUATAN GOLOK TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK

Oleh:

NENG IPIN OKTAVIANI
NIM. 191410179

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.
NIP. 197203171999031001



Dr. Helaluddin, M.Pd.
NIP. 198110052015031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas

Ketua Jurusan

Ekonomi dan Bisnis Islam

Ekonomi Syariah



Prof. Dr. H. Nihayatul Masykuroh, M.SI.
NIP. 196402121991032003



Hj. Mukhlisotul Jannah, MM., M.Ak
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Neng Ipin Oktaviani, NIM: 191410179, berjudul: **“Pengaruh Strategi *Marketing*, Kreativitas dan Inovasi Pembuatan Golok Tradisional dalam Meningkatkan Penjualan Produk”**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 20 Juli 2023. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 20 Juli 2023

Sidang Munaqosah,

Ketua Merangkap Anggota,



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI
NIP. 196402121991032003

Sekretaris Merangkap Anggota,



Nurmaita Hamsyiah, M.SI
NIDN. 2005057904

Penguji I,



Dr. Itang, M.Ag
NIP: 197108041998031003

Penguji II,



Fitri Raya, M.Ek
NIP. 198808102019032010

Pembimbing I



Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.
NIP. 197203171999031001

Pembimbing II



Dr. Helaluddin, M.Pd.
NIP. 198110052015031001

PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk dua pasang orangtua, Ayahanda Mi'an dan Ibunda Nurhayati serta Ayahanda Ino dan Ibunda Sunita. Mereka dua pasang orangtua yang telah mendidik serta selalu mencurahkan rasa kasih sayangnya hingga saat ini, pengorbanannya tak sanggup untuk dibalas dengan apapun hanya dengan do'a yang dapat disanjungkan sebagai wujud bakti kepadanya.

Ampunilah dosa-dosa mereka, berilah kasih sayang kepada mereka sebagaimana mereka telah mengasihi dan menyayangi diriku di waktu kecil, Aamiin...

Karya kecil ini dipersembahkan sebagai bukti perjuangan dan pengorbanan yang telah diberikah ayah dan ibu untuk melihat anaknya bergelar sarjana yang sukses juga bermanfaat untuk orang sekitar. Terima kasih untuk segalanya.

MOTTO

QS. An-Nisa' Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

(QS. An-Nisaa : 29)

RIWAYAT HIDUP

Neng Ipin Oktaviani, lahir di Pandeglang, 05 Januari 2001 tepatnya di Kp. Bungurcopong, Desa Bungurcopong, Kec. Picung, merupakan anak dari Ayahanda Mi'an dan Ibunda Nurhayati, juga anak dari Ayahanda Ino dan Ibunda Sunita.

Pendidikan yang telah ditempuh SDN Bungurcopong 3 lulus Tahun 2013, MTS MA Pasirdurung lulus Tahun 2016, MAS MA Pasirdurung lulus Tahun 2019, kemudian melanjutkan *studi* di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Syariah Tahun 2019.

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi *intra* dan *ekstra* kampus, yaitu HMJ Ekonomi Syariah Tahun 2020 sebagai anggota internal, Ketua Bidang Pemberdayaan Perempuan (HMBM) Tahun 2021, anggota UKM KOPMA & PRIMA 2021, Wakil Ketua DEMA FEBI Tahun 2022, anggota PMII Komisariat UIN SMH Banten tahun 2020, dan sebagai Duta Kampus UIN SMH Banten Tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Ungkapan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih di berikan nikmat sehat *wal'afiat*. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi *Marketing*, Kreativitas dan Inovasi Pembuatan Golok Tradisional dalam Meningkatkan Penjualan Produk”.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar dalam pengembangan diri di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendorong penyelesaian *studi* dan skripsi penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan ibu.
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 yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi

4. Bapak Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM., selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. Helalludin, M.Pd., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran-saran dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak, Muhammad Haris sebagai Pimpinan CV *Marketing* Langit Golok, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, yang telah membantu memberikan informasi, dukungan 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-teman 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, 8 Juni 2023

Penulis,

Neng Ipin Oktaviani
NIM. 191410179

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Kepenulisan	11
BAB II KAJIAN TEORETIS	
A. Landasan Teori	13
1. Strategi <i>Marketing</i>	13
2. Kreativitas	
3. Inovasi	36

4. Golok Tradisional	40
5. Penjualan Produk	43
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	47
C. Hubungan Antar Variabel	51
1. Pengaruh Strategi <i>Marketing</i> terhadap Penjualan Produk	51
2. Pengaruh Kreativitas terhadap Peningkatan Penjualan Produk	52
3. Pengaruh Inovasi terhadap Peningkatan Penjualan Produk	53
D. Kerangka Penelitian	54
E. Hipotesis	55

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	57
1. Waktu Penelitian.....	57
2. Tempat Penelitian	57
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	57
1. Populasi Penelitian	57
2. Sampel Penelitian	57
C. Jenis dan Metode Penelitian	59
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	59
1. Sumber Data	59
2. Teknik pengumpulan Data	60
E. Teknik Analisis Data	61
1. Uji Instrumen	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
3. Uji Hipotesis	65
F. Definisi Operasional Variabel	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	73
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	73
2. Hasil Analisis Deskriptif Data Penelitian	75
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	81
4. Statistik Deskriptif Responden	85
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	96
6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	103
7. Hasil Uji Hipotesis.....	106
B. Pembahasan	111

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA	119
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	124
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peningkatan Penjualan Produk	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1	Skala Likert	60
Tabel 3.2	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 3.3	Operasional Variabel Penelitian	69
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Akhir Kuesioner	76
Tabel 4.2	Uji Validitas Variabel Strategi <i>Marketing</i> (X1)	81
Tabel 4.3	Uji Validitas Variabel Kreativitas (X2)	82
Tabel 4.4	Uji Validitas Variabel Inovasi (X3)	83
Tabel 4.5	Uji Validitas Peningkatan Penjualan Produk (Y)	83
Tabel 4.6	Uji Reliabilitas Variabel Strategi <i>Marketing</i> , kreativitas, inovasi, dan penjualan produk	84
Tabel 4.7	Pengetahuan tentang strategi <i>marketing</i> (X1.1)	85
Tabel 4.8	Segmentasi Pasar	86
Tabel 4.9	Resiko terkait Produk	86
Tabel 4.10	Penetapan Harga	87
Tabel 4.11	Sistem Distribusi	87
Tabel 4.12	Komunikasi Pemasaran (<i>E-Commers</i>)	88
Tabel 4.13	<i>Sosial Networking</i>	88
Tabel 4.14	Manajemen Hubungan Konsumen	89
Tabel 4.15	Pengetahuan kualitas & kreativitas	89
Tabel 4.16	Persiapan produk (<i>preparation</i>)	90
Tabel 4.17	Persiapan strategi pemasaran	90
Tabel 4.18	Kreativitas dalam memasarkan produk	91
Tabel 4.19	Karakteristik konsumen	91
Tabel 4.20	Pengambilan Resiko Pemasaran	92

Tabel 4.21	Inovasi Kepuasan Pelanggan	92
Tabel 4.22	Pengaruh Variasi Produk.....	93
Tabel 4.23	Gaya dan desain produk	93
Tabel 4.24	Harga Jual Produk	94
Tabel 4.25	Pembelian Produk Kebutuhan	94
Tabel 4.26	Pertimbangan Promosi	95
Tabel 4.27	Saluran Distribusi <i>Digital Marketing</i>	95
Tabel 4.28	Mutu dan Kualitas Produk	96
Tabel 4.29	Analisis <i>Kolmogrof-Smirnov</i>	99
Tabel 4.30	Hasil Uji Multikolinieritas	100
Tabel 4.31	Hasil Uji Heteroskedatisitas Secara Statistik (Uji <i>Glesjer</i>)	103
Tabel 4.32	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	104
Tabel 4.33	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	106
Tabel 4.34	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	107
Tabel 4.35	Uji Secara Parsial (Uji T)	108
Tabel 4.36	Uji Secara Simultan (Uji F)	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Struktur Perusahaan Golok Langit	75
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas.....	97
Gambar 4.3 Grafik P-Plot Uji Normalitas	98
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik	102