

**PENGARUH KEMAMPUAN PENGINDERAAN
PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
PEMASARAN**

(Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama

Disusun oleh.

NISAUN ARUM SARI

NIM. 161110001900

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KEMAMPUAN PENGINDERAAN PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN

(Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan
tim penguji sidang skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Nisaun Arum Sari
N I M : 161110001900
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing
Pembimbing



(Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.)
NIY. 1 701015 97 013

Tanggal: **17 Maret 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

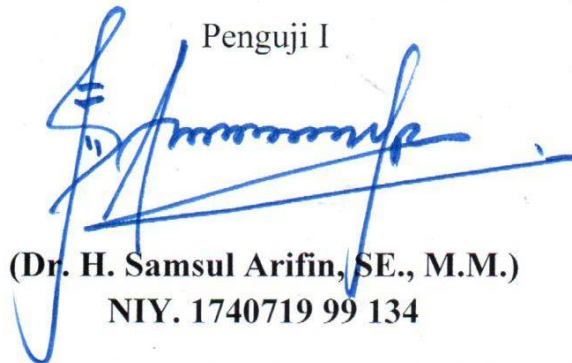
PENGARUH KEMAMPUAN PENGINDERAAN PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN

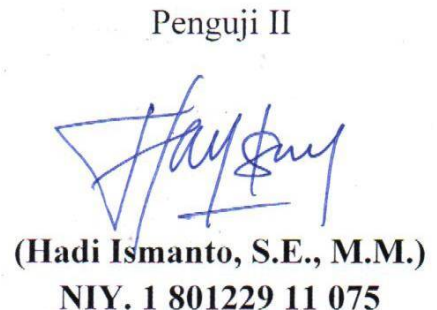
(Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)

Nama : Nisaun Arum Sari
N I M : 161110001900
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara.

Pada hari **Rabu**, tanggal, **27 April 2022**.

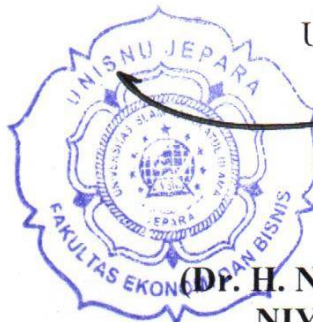
Penguji I

(Dr. H. Samsul Arifin, SE., M.M.)
NIY. 1740719 99 134

Penguji II

(Hadi Ismanto, S.E., M.M.)
NIY. 1 801229 11 075

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNISNU Jepara



(Dr. H. Noor Arifin, SE., M.Si.)
NIY. 1 680817 08 055

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG ITU MELAINKAN SESUAI
DENGAN KEMAMPUANYA.

(QS.Al-Baqarah : 286)

LIFE IS WORTH LIVING, LIVE IS WORTH LIVING, SO LIVE ANOTHER
DAY, THE MEANING OF FORGIVENESS, PEOPLE MAKE MISTAKE,
DOESN'T MEAN YOU HAVE TO GIVE IN, LIFE IS WORTH LIVING
AGAIN.

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang-Nya, nikmat dan rizqiNya, petunjuk-Nya, dan apapun yang penulis butuhkan sampai sekarang dan semoga selalu diberikan yang terbaik kepada penulis sampai akhir kelak.
2. Ayah dan Ibundaku tercinta yang telah membesarkan, mendidik dan menyayangiku dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan mendoakan putranya demi keberhasilan studinya.
3. Kakak dan Adikku yang selalu memberikan dukungan semangat untukku.
4. Teman – temanku semua mahasiswa prodi Manajemen angkatan 2016 yang banyak sekali memberikan suka, duka, cita, canda, tawa, kegilaan, keisengan, Dan yang selalu menemani penulis saat susah, sedih maupun senang, dan mengajarkan kepada penulis arti sebuah pengorbanan dan perjuangan dalam hidup, yang selalu sabar dan memberikan semangat yang tiada henti untuk menyelesaikan skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari program -S-1 jurusan Manajemen. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lainnya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul: **“Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)”**.
2. Saya juga mengakui dan menyadari bahwa hasil karya akhir ini, dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu Bapak **Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 17 Maret 2022



NISAUN ARUM SARI
NIM. 161110001900

ABSTRAK

Judul :PENGARUH KEMAMPUAN PENGINDERAAN PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)

Penulis : Nisaun Arum Sari

NIM : 161110001900

Prodi : Manajemen

Pembimbing : Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.

Penguji I : Dr. H. Samsul Arifin, SE., M.M.

Penguji II : Hadi Ismanto, S.E., M.M.

Tanggal Ujian : 27 April 2022

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kinerja pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso yang diketahui penyebarannya di Jepara yang semakin meningkat. Industri Tenun ikat menjadi sumber utama masyarakat Jepara dalam memenuhi kebutuhan perekonomian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran terhadap kinerja pemasaran industri Tenun Ikat di Desa Troso, dengan mengambil sampel responden melalui pelaku usaha sebanyak 88 IKM. Jumlah sampel tersebut diambil menggunakan teknik Proporsional Random Sampling pengambilan secara acak. Variabel Independen penelitian ini adalah Kemampuan Penginderaan Pasar (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), dan Inovasi Produk (X_3) serta kinerja pemasaran sebagai Variabel Dependen (Y).

Hasil penelitian membuktikan bahwa Variabel Kemampuan Penginderaan Pasar (X_1) mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) tidak mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara. Variabel Inovasi Produk (X_1) mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara. Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran, sehingga ketiga variabel independen tersebut dapat digunakan untuk mengestimasi atau memprediksi variabel Kinerja Pemasaran.

Kata Kunci : Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

This research is motivated by the marketing performance of the Troso Ikat Weaving UMKM, which is known to be spreading in Jepara which is increasing. The Ikat industry is the main source of the people of Jepara in meeting their economic needs.

The purpose of this study was to determine the effect of Market Sensing Ability, Entrepreneurial Orientation and Product Innovation on Marketing Performance on the marketing performance of the Ikat Weaving industry in Troso Village, by taking samples of respondents through business actors as many as 88 IKM. The number of samples was taken using the Proportional Random Sampling technique. The independent variables of this research are Market Sensing Ability (X1), Entrepreneurship Orientation (X2), and Product Innovation (X3) and marketing performance as Dependent Variable (Y).

The results of the study prove that the Market Sensing Ability Variable (X1) has an influence on the Marketing Performance of the Jepara Troso Ikat Weaving SMEs. The Entrepreneurial Orientation Variable (X1) has no influence on the Marketing Performance of the Troso Jepara Ikat Weaving Micro, Small and Medium Enterprises. Product Innovation Variable (X1) has an influence on the Marketing Performance of Troso Jepara Ikat Weaving SMEs. Market Sensing Ability, Entrepreneurship Orientation, Product Innovation have a joint effect on Marketing Performance, so that the three independent variables can be used to estimate or predict the Marketing Performance variable.

Keywords: *Market Sensing Ability, Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Marketing Performance*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, dan tidak pula junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tenun Troso Jepara)”**.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan maupun petunjuk dan saran dari semua pihak. Maka dari itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya :

1. Bapak **Dr. H. Sa'dullah Assaidi, M.Ag.** selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
2. Bapak **Dr. H. Noor Arifin, S.E., M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
3. Bapak **M. Yunies Edward, S.E., M.Si.** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
4. Ibu **Hj. Nurul Komaryatin, S.E., M.Si.** selaku dosen yang berkenan memberikan saran serta kritik terselesainya karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani Studi di UNISNU Jepara.
6. Staff dan seluruh karyawan yang bertugas di UNISNU Jepara yang telah membantu dalam melancarkan terselesainya Skripsi ini dengan baik.
7. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
8. Kepada Owner UMKM Tenu Ikat Troso di Jepara yang telah memberikan waktu izin dan dukungannya serta wawasannya kepada penulis selama melakukan observasi.

9. Serta seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis ini masih terdapat banyak kekurangan, kritik serta saran yang sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang, maka penulis mengucapkan terima kasih yang tak terkira, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jepara, 16 Mei 2022

Penulis

NISAUN ARUM SARI
NIM. 161110001900

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian	11
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori	15

2.1.1.	Kinerja Pemasaran	15
2.1.2.	Kemampuan Penginderaan Pasar (Kapabilitas Penginderaan Pasar) 17	
2.1.3.	Enterpreneurship Orientation	19
2.1.4.	Inovasi Produk	21
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	26
2.4.	Perumusan Hipotesis	26
2.4.1.	Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran	27
2.4.2.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran .	28
2.4.3.	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	29
2.4.4.	Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1.	Variabel Penelitian	31
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.2.	Jenis Dan Sumber Data	33
3.2.1.	Jenis Data	33
3.2.2.	Sumber Data.....	33

3.3.	Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	33
3.3.1.	Populasi.....	33
3.3.2.	Jumlah Sampel	33
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.3.4.	Pengumpulan Data	35
3.4.	Metode Pengolahan Data Penelitian.....	36
3.4.1.	Editing.....	36
3.4.2.	Coding.....	37
3.4.3.	Tabulating	37
3.4.4.	Scoring	37
3.5.	Metode Analisis.....	37
3.5.1.	Uji Validitas	37
3.5.2.	Uji Reliabilitas	38
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.5.5.	Uji Hipotesis	41
2.5.6.	Koefisien Determinasi (R ²)	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1.	Gambaran Umum UMKM Tenun Ikat Troso di Jepara.....	44
4.2.	Deskripsi Responden.....	45

4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	47
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha	47
4.3. Diskripsi Variabel.....	48
4.3.1. Variabel Kemampuan Penginderaan Pasar.....	48
4.3.2. Variabel Orientasi Kewirausahaan	49
4.3.3. Variabel Inovasi Produk	51
4.3.4. Variabel Kinerja Pemasaran	52
4.4. Analisis Data	53
4.4.1. Uji Validitas	53
4.4.2. Uji Reabilitas	55
4.5. Uji Asusmi Klasik	55
4.5.1. Uji Normalitas.....	55
4.5.2. Uji Heteroskedastitas	58
4.5.3. Uji Multikolonieritas.....	60
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.7. Uji Hipotesis.....	63
4.7.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	63
4.7.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	64
4.8. Koefisien Determinasi	67

4.1. Pembahasan	68
4.1.1. Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara	68
4.1.2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara.....	69
4.1.3. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara	71
4.1.4. Pengaruh Kemampuan Penginderaan Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Tenun Ikat Troso Jepara	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Banyaknya Unit Usaha Dirinci Menurut Jenis Industri Kecil Menengah di Kabupaten Jepara 2020	4
Tabel 1.2 Banyaknya UMKM Dirinci Menurut Jenis Industri di Kecamatan Pecangaan Tahun 2020	5
Tabel 1.3 Data UMKM Tenun Ikat Menurut Desa di Kecamatan Pecangaan Tahun 2020	6
Tabel 1.4 Data Potensi Industri Tenun Ikat	7
Tabel 1.5 Research Gap	10
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2 Distribusi Sampel Proporsional Random Sampling.....	35
Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	45
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha	47
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemampuan Penginderaan Pasar	48
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan .	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.12 Kolmogorov Smirnov	57
Tabel 4.13 Uji Glejser	59
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F	63
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	42
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	43
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	56
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastitas.....	58
Gambar 4.3 Daerah Penerimaan Uji F	64
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 1	65
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 2	66
Gambar 4. 6 Daerah Penerimaan Uji Hipotesis 3	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2. Identitas Responden.....	82
Lampiran 3. Hasil Kuisisioner	85
Lampiran 4. Deskripsi Responden	95
Lampiran 5. Deskripsi Variabel	96
Lampiran 6. Uji Validitas & Reliabilitas	100
Lampiran 7. Uji Normalitas	102
Lampiran 8. Uji Heteroskedastistas	103
Lampiran 9. Uji Multikolonieritas	104
Lampiran 10. Uji Regresi Linier Berganda.....	105
Lampiran 11. Tabel R	106
Lampiran 12. Tabel F	107
Lampiran 13. Tabel t.....	108