



**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI
PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)**

SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Nur Latifah

14020217130048

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Latifah

NIM : 14020217130048

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul **Pengaruh Entrepreneurial Orientation Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan

Semarang, 21 Juni 2021

Pembuat pernyataan,



Nur Latifah

NIM 14020217130048

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Nur Latifah


NIM : 14020217130048

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Admisnistrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 21 Juni 2021

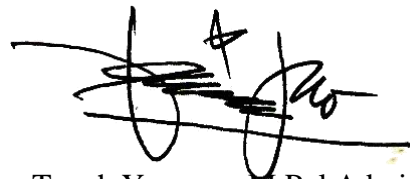
Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P.

NIP. 19640827 199001 1 001


Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.


NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si (..........)

2. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. (..........)

Dosen Penguji

1. Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si. (..........)

MOTTO

“...Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S. Al Baqarah: 216)

SUKSES ADALAH HAKKU, HAKKU ADALAH SUKSES

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah...

Sembah sujud syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, rejeki, kesehatan, kemudahan dan kekuatan yang selalu diberikan.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kusayangi dan kucintai

IBU dan BAPAK

Ibu Satiyem yang telah memberikan kasih sayang serta dukungan yang sangat luar biasa, serta doa yang tiada henti-hentinya. Dan Bapak Tulus Budi Priyanto (Almarhum) yang telah memberikan kasih sayang seorang Ayah meski sebentar, serta mengajarkan untuk menjadi manusia kuat. Semoga ini mampu membuat ibu dan bapak bahagia, Aamiin. Terimakasih yang sangat luar biasa untuk kalian.

KAKAK

Mbak Nida Alyda kakak perempuan sekaligus saudaraku satu-satunya yang selalu menjadi mentor dan penyemangatku dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih untuk doa dan dukungan serta canda tawa yang selalu menghibur.

KEPONAKAN LUCUKU

Fauzan Rizki Al Faiz keponakanku yang paling lucu dan penyayang. Selalu menjadi *moodboster* opu selama ini. Terus menjadi anak yang sholeh sayangku.

TEMAN-TEMAN

Teman-temanku Administrasi Bisnis 2017 khususnya teman-teman seperbimbingan Bu Reni dan Teman-teman asrama (ukhtifillah) yang telah menemani, memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kalian semua.

**Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui
Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening
(Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)**

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Jawa Tengah mengalami laju pertumbuhan yang terus menerus meningkat perkembangannya. Peningkatan tersebut terjadi tidak terlepas dari keterlibatan berbagai pihak, hal ini dikarenakan UMKM mempunyai peran sebagai penyerapan tenaga kerja di masyarakat dan berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat disuatu daerah tersebut. Salah satu jenis UMKM yang ada di Kota Semarang yakni Usaha Mikro Olahan Bandeng yang sudah menghasilkan bermacam varian produk bandeng di pasaran yang diharapkan mampu melakukan inovasi produk sehingga tidak kalah saing dengan produsen besar bandeng yang semakin sengit persaingannya.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk. Jumlah sampel yang diambil yaitu 51 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu sampling jenuh (sensus). Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner fisik. Tipe penelitian ini ialah *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan alat bantu *software SmartPLS 3.3.3 for Windows*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, *entrepreneurial orientation* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, dan inovasi produk mampu memediasi *entrepreneurial orientation* terhadap kinerja pemasaran sebagai mediasi parsial

Saran untuk penelitian ini yaitu diharapkan para pemilik UMKM menanamkan nilai-nilai *Entrepreneurial Orientation* dalam setiap usaha yang dijalankannya agar senantiasa dapat menemukan peluang pasar baru. Selain itu pemilik UMKM juga harus terus melakukan inovasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga dapat bersaing di pasaran dan mempertahankan produknya di pasaran. Sehingga akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Kata kunci : *Entrepreneurial Orientation*, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran.

***The Effect of Entrepreneurial Orientation To Marketing Performance Through
Product Innovation as an Intervening Variabel
(Study on MSMEs Milkfish in Semarang City)***

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Central Java Province are experiencing a growth rate that continues to increase its development. This increase is not separated from the involvement of various parties, this is because MSMEs have a role as the absorption of labor in the community and function to improve the economic welfare of the people in that area. One of the types of MSMEs in the city of Semarang is the Processed Milkfish UMKM which has produced various variants of milkfish products in the market which are expected to be able to innovate products so that they are not less competitive with large milkfish producers whose competition is increasingly fierce.

The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial orientation on marketing performance through product innovation. The number of samples taken was 51 respondents using a sampling technique using a non-probability sampling technique, namely saturated sampling (census). Data collection was carried out using a physical questionnaire. This type of research is explanatory research. This research uses SmartPLS 3.3.3 for Windows software tools.

The results of this study indicate that entrepreneurial orientation has effect significant on product innovation, product innovation has a positive and significant effect on marketing performance, entrepreneurial orientation has effect significant on marketing performance, and product innovation is able to mediate entrepreneurial orientation on marketing performance as a partial mediation.

The suggestion for this research is that it is hoped that the owners of MSMEs will instill the values of Entrepreneurial Orientation in every business they run so that they can always find new market opportunities. In addition, MSMEs owners must also continue to innovate products to meet consumer desires so that they can compete in the market and maintain their products on the market. So that it will improve marketing performance.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Marketing Performance.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang)” ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus pembimbing 1 saya yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan memberikan arahan dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Handojo Djoko Waluyo, M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh pemilik Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kelurahan Tembalang, Krobokan, dan Tambakrejo Kota Semarang yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan kesediaannya untuk mengisi kuesioner penelitian
8. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Provinsi Jawa Tengah atas kesediaannya dalam memberikan data untuk mendukung penulisan peneliti.
9. Seluruh keluarga saya khususnya ibu, kakak, dan keponakan saya yang sudah membantu saya dalam doa dan *mensupport* saya dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 21 Juni 2021



Nur Latifah

NIM. 14020217130048

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	17
1.5. Kerangka Teori	18
1.5.1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	18
1.5.2. Manajemen Strategik.....	20
1.5.2.1. Konsep Resource Based View (RBV).....	21
1.5.3. <i>Entrepreneurial Orientation</i>	23
1.5.4. Inovasi Produk	25
1.5.5. Kinerja Pemasaran.....	28
1.6. Pengaruh Antarvariabel Penelitian.....	30
1.6.1. Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Inovasi Produk	30
1.6.2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran.....	31
1.6.3. Pengaruh <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja Pemasaran	32
1.6.4. Pengaruh Inovasi Produk dalam memediasi <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja Pemasaran	33
1.7. Penelitian Terdahulu.....	33
1.8. Hipotesis	35
1.9. Definisi Konseptual.....	37
1.9.1. <i>Entrepreneurial Orientation</i>	37
1.9.2. Inovasi Produk	37

1.9.3. Kinerja Pemasaran.....	38
1.10. Definisi Operasional.....	38
1.10.1. <i>Entrepreneurial Orientation</i>	38
1.10.2. Inovasi Produk	39
1.10.3. Kinerja Pemasaran.....	40
1.11. Motode Penelitian	40
1.11.1. Tipe Penelitian	40
1.11.2. Populasi.....	41
1.11.3. Sampel Jenuh (Sensus)	41
1.11.4 . Jenis dan Sumber Data.....	42
1.11.4.1. Jenis Data	42
1.11.4.2. Sumber Data.....	42
1.11.5. Skala Pengukuran	43
1.11.6. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1.11.7. Teknik Pengolahan Data.....	45
1.11.8. Instrumen Penelitian	45
1.11.9. Teknik Analisis Data	46
1.11.9.1. Uji Validitas	48
1.11.9.1.1. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	48
1.11.9.2. Uji Reliabilitas.....	49
1.11.9.3. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	50
BAB II	53
GAMBARAN UMUM KOTA SEMARANG DAN USAHA MIKRO OLAHAN BANDENG DI KOTA SEMARANG	53
2.1. Gambaran Umum Kota Semarang	53
2.2. Gambaran Umum Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang	54
2.2.1. Prospek Ikan Bandeng di Kota Semarang	54
2.2.2. Usaha Mikro Olahan Bandeng di Wilayah Tembalang, Krobokan, dan Tambakrejo.....	57
2.3. Identitas Responden	62
2.3.1. Pendidikan Terakhir Responden	62
2.3.2. Jenis Kelamin.....	63
2.3.3. Lama Usaha Berdiri.....	63
2.3.4. Jumlah Karyawan Responden.....	64
2.3.5. Omzet Penjualan per Bulan Responden	65
2.3.6. Melakukan Inovasi Produk	66

2.3.7. Pemasaran	67
BAB III.....	68
PENGARUH <i>ENTREPRENEURIAL ORIENTATION</i> TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	68
3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
3.1.1. Uji Validitas	68
3.1.1.1. Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	68
3.1.1.2. Uji Validitas Konvergen	70
3.1.1.3. Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	71
3.1.2. Uji Reliabilitas	72
3.2 Analisis dan Hasil Interpretasi Penelitian.....	73
3.2.1. Persepsi Responden Mengenai <i>Entrepreneurial Orientation</i>	74
3.2.1.1. Otonomi (<i>autonomy</i>).....	74
3.2.1.2. Keinovatifan (<i>innovativeness</i>).....	76
3.2.1.3. Pengambilan resiko (<i>risk tasking</i>)	78
3.2.1.4 Keaktifan (<i>proactiveness</i>)	79
3.2.1.5. Keagresifan Bersaing (<i>competitive aggressiveness</i>)	80
3.2.1.6. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Entrepreneurial Orientation</i>	81
3.2.1.7. Kategorisasi Untuk Variabel <i>Entrepreneurial Orientation</i>	83
3.2.2. Persepsi Responden Mengenai Inovasi Produk	86
3.2.2.1 Kultur Inovasi.....	86
3.2.2.2. Inovasi Teknis	87
3.2.2.3. Inovasi Layanan	89
3.2.2.4. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk.....	90
3.2.2.5. Kategorisasi Variabel Inovasi Produk.....	91
3.2.3. Persepsi Responden Mengenai Kinerja Pemasaran	95
3.2.3.1. Volume Penjualan	96
3.2.3.2. Pangsa Pasar.....	98
3.2.3.3. Pertumbuhan Pelanggan	100
3.2.3.4. Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kinerja Pemasaran.....	101
3.2.3.5. Kategorisasi Variabel Kinerja Pemasaran	102
3.3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	105
3.3.1. R-Square (R^2) dan Adjusted R Square.....	105
3.3.2. Pengujian Hipotesis	107

3.4. Pembahasan Hipotesis	109
3.4.1. <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Inovasi Produk.....	109
3.4.2. Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran	112
3.4.3. <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja Pemasaran.....	115
3.4.4. Inovasi Produk mampu memediasi <i>Entrepreneurial Orientation</i> terhadap Kinerja Pemasaran	116
BAB IV	119
PENUTUP	119
4.1. Kesimpulan.....	119
4.2. Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kontribusi Sektor UMKM Terhadap PDRB Provinsi Jawa Tengah 2016-2019.....	3
Tabel 1.2 Data Jumlah UMKM Dan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2015-2019.....	3
Tabel 1.3 Data Usaha Mikro Olahan Bandeng di Kota Semarang 2019/2020	10
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 1.5 Skor Jawaban Motede <i>Likert</i>	44
Tabel 2.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Semarang	54
Tabel 2.2 Identitas Responden Menurut Pendidikan	62
Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 2.4 Lama Usaha Responden	63
Tabel 2.5 Jumlah Karyawan Responden.....	64
Tabel 2.6 Omzet per Bulan Responden	65
Tabel 2.7 Melakukan Inovasi Produk	66
Tabel 2.8 Tabel Pemasaran Usaha Mikro Olahan Bandeng.....	67
Tabel 3.1 Hasil Outer Loading	69
Tabel 3.2 Uji Validitas Konvergen.....	70
Tabel 3.3 Nilai <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 3.4 Construct Reliability and Validity.....	73
Tabel 3.5 Kemampuan Pelaku Usaha Untuk Mengambil Keputusan Dalam Semua Kegiatan Yang Berhubungan Dengan Usaha	75
Tabel 3.6 Kemampuan Untuk Menghasilkan Produk Atau Layanan Baru.....	77
Tabel 3.7 Keberanian Untuk Memasuki Pasar Baru Yang Belum Pasti.....	78
Tabel 3.8 Kemampuan Melihat Tren Bandeng Di Pasaran Dan Menciptakan Inovasi Lebih Banyak Daripada Pesaing	79
Tabel 3.9 Kemampuan Mempertahankan Posisi Usaha Bandeng Di Pasaran Dengan Menjaga Kualitas Dan Varian Produk	81
Tabel 3.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai <i>Entrepreneurial Orientation</i>	82
Tabel 3.11 Kategorisasi Variabel <i>Entrepreneurial Orientation</i>	84
Tabel 3.12 Kemampuan Melakukan Perubahan Produk dan Penambahan Produk Baru.....	86
Tabel 3.13 Kemampuan Mengembangkan Proses Produksi Dengan Cara Yang Efektif dan Efisien	88
Tabel 3.14 Kemampuan Pemasaran Melalui Media Online	89
Tabel 3.15 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk.....	90
Tabel 3.16 Kategorisasi Variabel Inovasi Produk	93
Tabel 3.17 Peningkatan Penjualan Produk tiap Bulannya	96
Tabel 3.18 Luas Pangsa Pasar Produk Olahan Bandeng	99
Tabel 3.19 Percepatan Pertumbuhan Pelanggan.....	100
Tabel 3.20 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kinerja Pemasaran	101
Tabel 3.21 Kategorisasi Variabel Kinerja Pemasaran	104
Tabel 3.22 <i>R-Square</i>	106
Tabel 3.23 <i>Path Coefficients</i> Hasil Uji Hipotesis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Inovasi Produk UMKM Bandeng di Kota Semarang	14
Gambar 1.2 Hipotesis Penelitian	37
Gambar 2.1 Aneka Produk Olahan Bandeng	57
Gambar 2.2 Tambakrejo Sebagai Kampung Tematik Sentra Bandeng	59
Gambar 2.3 Kelurahan Krobokan Sebagai Kampung Bandeng	60
Gambar 2.4 Salah Satu Pemilik Usaha yang Melakukan Inovasi Produk	66
Gambar 3.1 Hasil <i>Outer Loading</i>	69
Gambar 3.2 Dampak Penurunan Penjualan Selama Masa Pandemi.....	97