

## **SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL MARKETING  
TERHADAP KINERJA UMKM HANDYCRAFT (STUDI PADA  
HANDYCRAFT TAS DI KECAMATAN TEMBALANG KOTA  
SEMARANG)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2021**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI *ENTREPRENEURIAL MARKETING*  
TERHADAP KINERJA UMKM *HANDYCRAFT* (STUDI PADA  
*HANDYCRAFT TAS DI KECAMATAN TEMBALANG KOTA  
SEMARANG)***

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar S1**



**OH STEVEN GUNAWAN**

**17.D1.0021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oh Steven Gunawan

NIM : 17.D1.0021

Progdi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul "**Pengaruh Dimensi Entrepreneurial Marketing terhadap Kinerja UMKM Handycraft (Studi Pada Handycraft Tas Kecamatan Tembalang Kota Semarang)**" tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 27 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Oh Steven Gunawan



## HALAMAN PENGESAHAN

- Judul Tugas Akhir: : PENGARUH DIMENSI ENTREPRENEURIAL  
MARKETING TERHADAP KINERJA UMKM  
HANDYCRAFT (STUDI PADA HANDYCRAFT TAS  
DI KECAMATAN TEMBALANG KOTA SEMARANG)
- Diajukan oleh : Oh Steven Gunawan
- NIM : 17.D1.0021
- Tanggal disetujui : 27 Agustus 2021
- Telah setujui oleh
- Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
- Penguji 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.
- Penguji 2 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.
- Penguji 3 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
- Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
- Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0021](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0021)

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Oh Steven Gunawan  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Nonekslusif atas karya ilmiah yang berjudul "**Pengaruh Dimensi Entrepreneurial Marketing terhadap Kinerja UMKM Handycraft (Studi Pada Handycraft Tas Kecamatan Tembalang Kota Semarang)**". Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Oh Steven Gunawan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan hidayahNya, karena skripsi yang berjudul **“Pengaruh Dimensi Entrepreneurial Marketing Terhadap Kinerja UMKM Handycraft (Studi Pada Handycraft Tas Di Kecamatan Tembalang Kota Semarang)”** telah penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang.

Tentu dalam penyelesaian skripsi ini penulis mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan atas kasih dan hikmat kuasa-Nya dari awal pembuatan skripsi hingga akhir pembuatan skripsi penelitian.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang atas ijinnya kepada penulis untuk menggunakan fasilitas yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu MG. Westri Kekalih Susilowati S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia memberikan waktu dan referensi untuk berdiskusi dan membimbing penulis.
4. Ibu Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si dan Bapak Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D. sebagai dosen pengaji yang telah memberikan saran hingga penulis bisa berhasil menyelesaikan proposal penelitian.
5. Bapak Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE, MT sebagai dosen wali yang telah memberikan masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan mempersiapkan penulis menghadapi dunia kerja.
7. Bapak, Ibu, Saudari kandung tercinta yang selalu memberikan support dan doanya dalam menyelesaikan studi ini.

Serta semua pihak yang sekiranya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengetahuan yang penulis miliki.

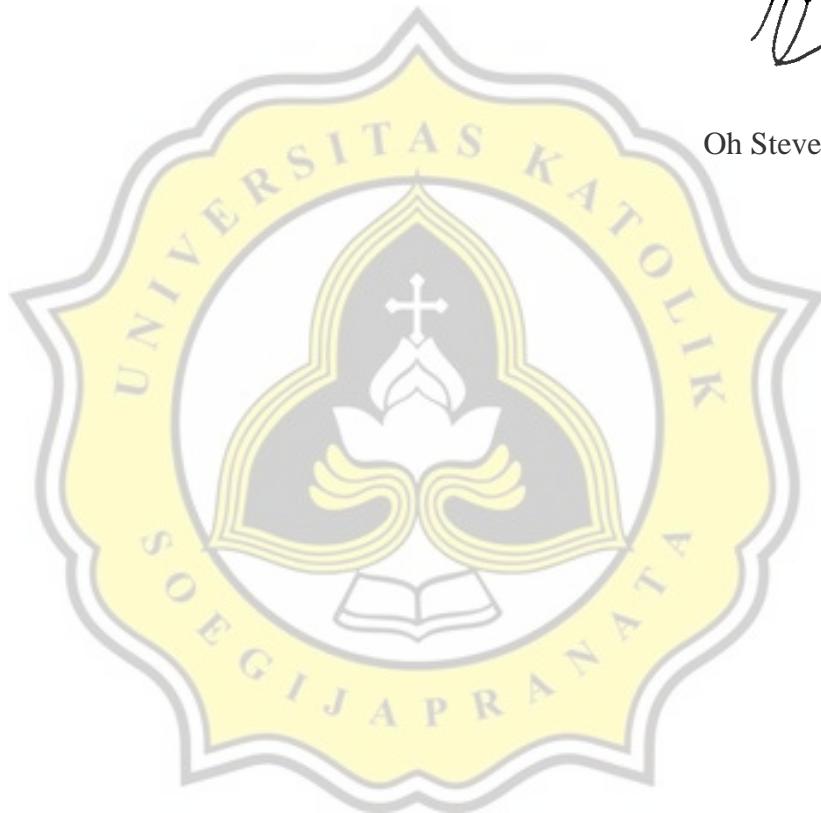
Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan diterima oleh semua pihak.

Semarang, 27 Agustus 2021

Penulis



Oh Steven Gunawan



## ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian nasional. Karena dengan adanya UMKM, tingkat pengangguran yang ada di Indonesia jumlahnya dapat dikurangi serta bisa meningkatkan standard hidup masyarakat. UMKM sendiri menyerap 97% (Robertus, 2020) tenaga kerja, sehingga dapat dikatakan apabila UMKM terganggu maka jumlah pengangguran di Indonesia juga pasti akan meningkat. Salah satu pendekatan yang ada saat ini bisa diterapkan pelaku usaha kecil untuk memasarkan produknya adalah pemasaran kewirausahaan (*entrepreneurial marketing*). *Entrepreneurial Marketing* merupakan strategi pemasaran yang berguna untuk mengatasi permasalahan pemasaran yang ada di UMKM. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *entrepreneurial marketing* yang terdiri dari *proactiveness, innovativeness, calculated risk taking, opportunity focus, resource leveraging, customer intensity, value creation*, dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM (Studi pada UMKM Handycraft tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang). Dengan melakukan pengambilan sampel sebanyak 30 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik pengumpulan *purposive sampling*. Hasil dari penelitian deskripsi tanggapan terhadap 7 dimensi *entrepreneurial marketing* memiliki rata-rata tigngi. Hasil perhitungan pada t-tabel, dimensi yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu dimensi *opportunity focus* ditandai dengan nilai  $Sig\ 0,011 \leq 0,05$ . Sedangkan untuk uji F, nilai F hitung lebih besar daripada F tabel ( $2,829 > 2,44$ ) yang berarti variabel X berpengaruh simultan terhadap variabel Y. Hasil uji *R square* menunjukan bahwa  $R = 0,729$  dan *R square* sebesar 0,327 yang berarti dimensi entrepreneurial marketing berpengaruh simultan terhadap kinerja UMKM handycraft tas di Kecamatan Tembalang Kota Semarang. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel yang berada di luar model penelitian ini, namun yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM.

**Kata Kunci :** *entrepreneurial marketing*, kinerja UMKM

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 <i>Entrepreneurial Marketing</i> .....	6
2.2 Kinerja UMKM .....	10
2.3 Hubungan <i>Entrepreneurial Marketing</i> & Kinerja UMKM.....	11
2.4 Penelitian Terdahulu .....	12
2.5 Kerangka Pikir Penelitian .....	14
2.6 Hipotesis Penelitian .....	14
2.7 Definisi dan Indikator Variabel .....	15
BAB III METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian .....	21
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.3.1 Sumber dan Jenis Data .....	22
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.3 Uji Validitas .....	23
3.3.4 Uji Reliabilitas.....	27
3.4 Alat Analisis Data.....	28
3.4.1 Statistik Deskriptif.....	28

3.4.2 Analisis Regresi Berganda .....	30
3.4.3 Uji Signifikan Parsial (uji t) .....	30
3.4.4 Uji Signifikan Simultan (uji F).....	31
3.4.5 Uji Koefisien Determinasi ( <i>R square</i> ).....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	32
4.2 Penerapan <i>Entrepreneurial Marketing</i> pada Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	35
4.2.1 Penerapan <i>Proactiveness</i> .....	35
4.2.2 Penerapan <i>Innovativeness</i> .....	37
4.2.3 Penerapan <i>Calculated Risk Taking</i> .....	39
4.2.4 Penerapan <i>Opportunity Focus</i> .....	40
4.2.5 Penerapan <i>Customer Intensity</i> .....	41
4.2.6 Penerapan <i>Resource Leveraging</i> .....	43
4.2.7 Penerapan <i>Value Creation</i> .....	44
4.2.8 Capaian Kinerja UMKM .....	46
4.3 Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> pada Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	48
4.3.1 Hasil Perhitungan Regresi .....	48
4.3.2 Uji Pengaruh Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i> Secara Parsial terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang (Uji t).....	49
4.3.2.1 Pengaruh <i>Opportunity Focus</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	49
4.3.2.2 Pengaruh <i>Proactiveness</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	50
4.3.2.3 Pengaruh <i>Innovativeness</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	50
4.3.2.4 Pengaruh <i>Calculated Risk Taking</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	51
4.3.2.5 Pengaruh <i>Customer Intensity</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	51
4.3.2.6 Pengaruh <i>Resource Leveraging</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	52
4.3.2.7 Pengaruh <i>Value Creation</i> terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang .....	52
4.3.3 Uji Pengaruh Dimensi <i>Entrepreneurial Marketing</i> Secara Simultan terhadap Kinerja UMKM <i>Handycraft Tas</i> Kecamatan Tembalang Kota Semarang (Uji F) .....	53
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>

5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA .....	58



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Definisi dan Indikator Variabel .....	16
Tabel 3.1 Daftar Nama Responden.....	22
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas <i>Proactiveness</i> .....	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Innovativeness</i> .....	25
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Calculated Risk Taking</i> .....	25
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Opportunity Focus</i> .....	25
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Customer Intensity</i> .....	26
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Resource Leveraging</i> .....	26
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas <i>Value Creation</i> .....	26
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM.....	27
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 4.1 Usia .....	32
Tabel 4.2 Lama Usaha .....	33
Tabel 4.3 Pelatihan Usaha.....	33
Tabel 4.4 Keikutsertaan Pelatihan Usaha .....	33
Tabel 4.5 Jenis Pelatihan Usaha.....	34
Tabel 4.6 Bantuan Usaha .....	35
Tabel 4.7 Omzet per bulan.....	35
Tabel 4.8 Penerapan <i>Proactiveness</i> .....	36
Tabel 4.9 Penerapan <i>Innovativeness</i> .....	37
Tabel 4.10 Penerapan <i>Calculated Risk Taking</i> .....	39
Tabel 4.11 Penerapan <i>Opportunity Focus</i> .....	40
Tabel 4.12 Penerapan <i>Customer Intensity</i> .....	41
Tabel 4.13 Penerapan <i>Resource Leveraging</i> .....	43
Tabel 4.14 Penerapan <i>Value Creation</i> .....	44
Tabel 4.15 Capaian Kinerja UMKM .....	46
Tabel 4.16 Perhitungan Regresi .....	48
Tabel 4.17 Uji Hipotesis 4 .....	49
Tabel 4.18 Uji Hipotesis 1 .....	50
Tabel 4.19 Uji Hipotesis 2 .....	50
Tabel 4.20 Uji Hipotesis 3 .....	51
Tabel 4.21 Uji Hipotesis 5 .....	51

Tabel 4.22 Uji Hipotesis 6 .....	52
Tabel 4.23 Uji Hipotesis 7 .....	52
Tabel 4.24 Uji F .....	53
Tabel 4.25 Uji <i>R Square</i> .....	53



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian ..... 14



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kondisi Eksisting UMKM di Indonesia.....	62
Lampiran 2. Kuisioner .....	63
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas .....	69
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas .....	73
Lampiran 5. Hasil Perhitungan Regresi .....	75
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Uji F.....	75
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	75
Lampiran 8. Bukti Plagscan.....	75

