

**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MARKETING* TERHADAP KINERJA UMKM
MINUMAN JUS DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



SEMARANG

2021

**PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MARKETING* TERHADAP KINERJA UMKM
MINUMAN JUS DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Amelia Iskandar
Nomor Induk Mahasiswa : 17.D1.0067
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : “PENGARUH *ENTREPRENEURIAL MARKETING*

TERHADAP KINERJA UMKM MINUMAN JUS
DI KOTA SEMARANG

Dosen Pembimbing : Mg. Westri Kekalih Susilowati, S.E., M.E.



Disetujui di Semarang, 06 September 2021

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Westri Kekalih Susilowati'.

(Mg. Westri Kekalih Susilowati, S.E., M.E.)

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Iskandar

NIM : 17.D1.0067

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja UMKM Minuman Jus di Kota Semarang” adalah hasil penelitian saya dengan *supervise* dosen pembimbing dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan juga kebenaran dari isi Skripsi saya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dari pihak mana pun dan juga bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 10 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Amelia Iskandar

17.D1.0067

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Kinerja
UMKM Minuman JusDi Kota Semarang

Diajukan oleh : Amelia Iskandar

NIM : 17.D1.0067

Tanggal disetujui : 28 September 2021 Telah setuju 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.D1.0067

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Iskandar

NIM : 17.D1.0067

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas skripsi yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* Terhadap UMKM Minuman Jus di Kota Semarang”. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada Tanggal : 10 Oktober 2021

Yang Menandatangani



(Amelia Iskandar)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul “Pengaruh *Entrepreneurial Marketing* Terhadap Kinerja UMKM Minuman Jus di Kota Semarang” guna memenuhi Sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis juga menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, antara lain :

1. Ibu MG. Westri Kekalih Susilowati, SE., ME. selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan waktu, bimbingan, pengarahan dan juga petunjuk yang sangat bermanfaat kepada saya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
2. Ibu DR. Retno Yustini, M.SI selaku Dosen Wali yang sudah memberikan pengarahan dan juga nasihat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
4. Brigita Margo, Anis Wulandari dan Kurnia Wijayanti selaku teman-teman saya yang sudah memberikan semangat, dan juga dorongan kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kedua Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat serta masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Emerentiana Jane L S dan Karina Oktavia selaku kakak tingkat saya yang sudah mengarahkan dan juga banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu namun tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa proposal skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti memohon saran dan juga kritik yang bersifat membangun untuk kesempurnaan proposal skripsi ini dan juga semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, 08 September 2021

Peneliti



Amelia Iskandar



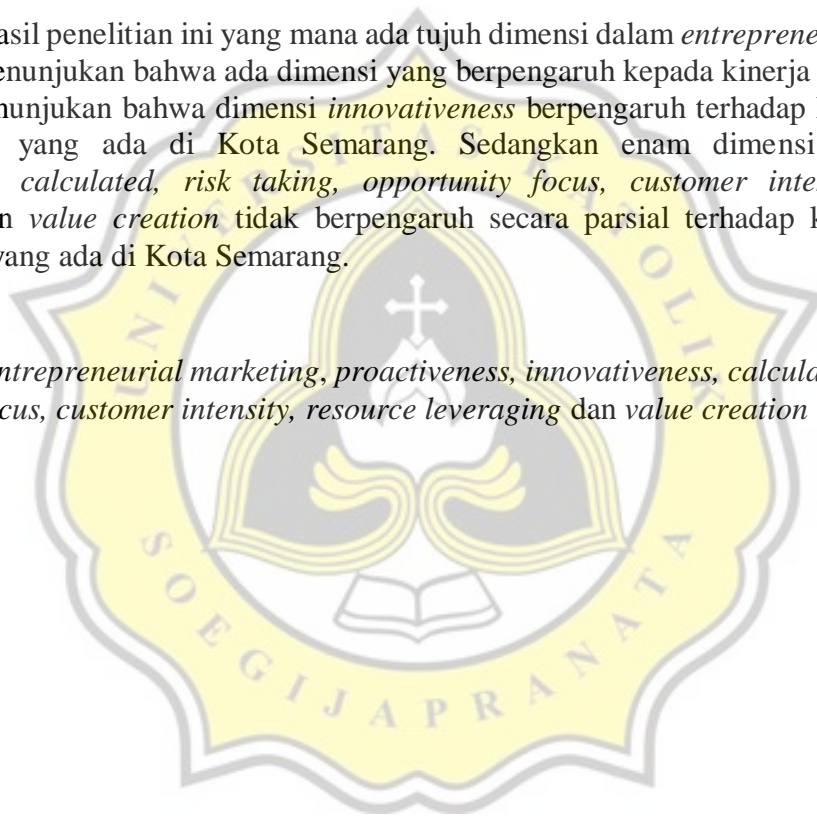
ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial marketing* terhadap kinerja UMKM minuman jus yang ada di Kota Semarang. Melalui dimensi-dimensi yang ada di dalam *entrepreneurial marketing* yaitu : *proactiveness, innovativeness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging* dan *value creation* diharapkan dapat memberikan referensi kepada UMKM minuman jus untuk dapat menerapkan dimensi *entrepreneurial marketing* di dalam kinerja UMKM itu sendiri.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner melalui sosial media seperti Instagram, Whatsapp dan juga Facebook. Sampel pada penelitian ini adalah 40 responden pemilik UMKM minuman jus yang ada di Kota Semarang.

Pada hasil penelitian ini yang mana ada tujuh dimensi dalam *entrepreneurial marketing* yang di uji, menunjukkan bahwa ada dimensi yang berpengaruh kepada kinerja UMKM. Untuk uji parsial menunjukkan bahwa dimensi *innovativeness* berpengaruh terhadap kinerja UMKM minuman jus yang ada di Kota Semarang. Sedangkan enam dimensi lainnya yaitu *proactiveness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging* dan *value creation* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM minuman jus yang ada di Kota Semarang.

Kata Kunci : *entrepreneurial marketing, proactiveness, innovativeness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging* dan *value creation*



ABSTRACT

This study has a purpose, namely to determine the effect of entrepreneurial marketing on the performance of Micro, Small and Medium Enterprises for juice drinks in the city of Semarang. Through the dimensions that exist in entrepreneurial marketing, namely: proactiveness, innovativeness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging and value creation, it is hoped that it can provide a reference for Micro, Small and Medium Enterprises of juice drinks to be able to apply the entrepreneurial dimension. marketing in the performance of Micro, Small and Medium Enterprises themselves.

The data used in this research is primary data collected from distributing questionnaires through social media such as Instagram, Whatsapp and Facebook. The sample in this study were 40 respondents who owned Micro, Small and Medium Enterprises of juice drinks in the city of Semarang.

In the results of this research, where there are seven dimensions in entrepreneurial marketing that are tested, it shows that there are dimensions that affect the performance of Micro, Small and Medium Enterprises. The partial test shows that the innovativeness dimension affects the performance of Micro, Small and Medium Enterprises for juice drinks in the city of Semarang. While the other six dimensions, namely proactiveness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging and value creation do not partially affect the performance of Micro, Small and Medium Enterprises for juice drinks in Semarang City.

Keywords: entrepreneurial marketing, proactiveness, innovativeness, calculated, risk taking, opportunity focus, customer intensity, resource leveraging and value creation

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iiiv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.4.1. Kegunaan Teoritis	4
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	4
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengertian Entrepreneurial Marketing	7
2.2. Pengertian Kinerja	10
2.3. Definisi Usaha Mikro.....	11
2.4. Penelitian Terdahulu	12
2.5. Kerangka Pikir.....	13
2.6. Hipotesis Penelitian	14
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.	Jenis dan Sumber Data	22
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.	Intrumen Penelitian.....	24
3.4.1.	Uji Validitas	24
3.4.2.	Uji Reliabilitas	30
3.5.	Teknik Analisis Data.....	31
3.5.1.	Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	31
3.5.2.	Analisis Regresi Berganda.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Profil Responden	35
4.2.	Deskripsi Tanggapan Dari Dimensi Entrepreneurial Marketing Terhadap Kinerja UMKM Minuman Jus Di Kota Semarang	39
4.2.1.	Deskripsi Dimensi Proactiveness pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM	39
4.2.2.	Deskripsi Dimensi Calculated Risk-Taking pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM.....	41
4.2.3.	4.3.3 Deskripsi Dimensi Innovativeness pada Pelaku UMKM Minuman Jus di Kota Semarang Terhadap Kinerja UMKM.....	42
4.2.4.	Deskripsi Dimensi Opportunity Focus pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM.....	43
4.2.5.	Deskripsi Dimensi Resource leveraging pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja	44
4.2.6.	Deskripsi Dimensi Customer intensity pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM.....	44
4.2.7.	Deskripsi Dimensi Value creation pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM	46
4.2.8.	Deskripsi Kinerja pada Pelaku UMKM Minuman Jus Terhadap Kinerja UMKM	47
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.3.1.	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	49
4.3.2.	Hasil Hitung Uji t (Parsial)	50

4.3.3. Hasil Perhitungan Uji F (Simultan).....	55
4.3.4. Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	57
BAB V PENUTUP.....	58
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	8
Tabel 2. 2 Definisi Operasional	16
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Proactiveness Terhadap Kinerja	25
Tabel 3. 2 Uji Validitas Innovativeness terhadap Kinerja.....	26
Tabel 3. 3 Uji Validitas Calculated risk taking Terhadap Kinerja.....	26
Tabel 3. 4 Uji Validitas Opportunity focus Terhadap Kinerja	27
Tabel 3. 5 Uji Validitas Customer Intensity Kinerja	27
Tabel 3. 6 Uji Validitas Value creation Terhadap Kinerja.....	28
Tabel 3. 7 Uji Validitas Resource leveraging Terhadap Kinerja.....	29
Tabel 3. 8 Uji Validitas Kinerja.....	29
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4. 1 Profil Responden	36
Tabel 4. 2 Deskripsi Dimensi Proactiveness Terhadap Pelaku UMKM (X1).....	39
Tabel 4. 3 Deskripsi Dimensi Calculated Risk-Taking (X2)	41
Tabel 4. 4 Deskripsi Dimensi Innovativeness (X3).....	42
Tabel 4. 5 Deskripsi Dimensi Opportunity Focus (X4)	43
Tabel 4. 6 Deskripsi Dimensi Resource leveraging (X5).....	44
Tabel 4. 7 Deskripsi Dimensi Customer intensity (X6).....	45
Tabel 4. 8 Deskripsi Dimensi Value creation (X7).....	46
Tabel 4. 9 Deskripsi Kinerja (Y)	47
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4. 11 Hasil Perhitungan Analisis Uji F.....	56
Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Determinasi (R2)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM di Kota Semarang	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Data Responden	71
Lampiran 3 Tabulasi Data	75
Lampiran 4 Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif	83
Lampiran 6 Hasil Data	94

