

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI  
PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA MIKRO PANGAN  
OLAHAN DI WILAYAH KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis



Oleh :

**RENDIKASARI FEBRIANA PUTRI**  
**NPM : 18024010102**

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2022**

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI  
PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA MIKRO PANGAN  
OLAHAN DI WILAYAH KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian  
Program Studi Agribisnis



Oleh :

**RENDIKASARI FEBRIANA PUTRI**  
**NPM : 18024010102**

Kepada

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2022**

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA MIKRO PANGAN OLAHAN DI WILAYAH KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA**

Oleh:

**RENDIKASARI FEBRIANA PUTRI**  
NPM : 18024010102

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada 3 Juni 2022

Menyetujui,

Pembimbing Pendamping


  
**Ir. Sri Widavanti, MP**  
NIP. 19620106 199003 2001

Pembimbing Utama

  
**Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP**  
NIP. 19581118 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

  
**Dr. Ir. RA. Nora Augustien K, MP**  
NIP. 19590824 198703 2001

plt. Koordinator  
Program Studi Agribisnis

  
**Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP**  
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA MIKRO PANGAN OLAHAN DI WILAYAH KELURAHAN SEMOLOWARU KOTA SURABAYA**

Oleh:

**RENDIKASARI FEBRIANA PUTRI**  
**NPM : 18024010102**

Telah direvisi pada tanggal  
8 Juni 2022

Menyetujui,

**Pembimbing Pendamping**

**Pembimbing Utama**

  
**Ir. Sri Widayanti, MP**  
**NIP. 19620106 199003 2001**

  
**Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP**  
**NIP. 19581118 198903 1001**

## SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan  
Pendidiknas No. 17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme

Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul :

Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk, dan Orientasi Pasar Terhadap  
Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Pangan Olahan di Wilayah Kelurahan  
Semolowaru Kota Surabaya

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan  
saya sanggup mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum dan  
perundangan yang berlaku

Surabaya, 8 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan



Rendikasari Febriana Putri  
NPM.18024010102

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA USAHA MIKRO PANGAN OLAHAN DI KELURAHAN SEMOLOWARU  
KOTA SURABAYA**

**Rendikasari Febriana Putri, Indra Tjahaja Amir, Sri Widayanti, Ika Sari Tondang**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Jalan Raya Rungkut Madya No 1 Gunung Anyar Kota Surabaya 60294

E-mail : rendika.sari92@gmail.com  
indratjahaja@gmail.com

**Abstrak**

Usaha mikro setiap tahunnya mengalami perkembangan yang semakin meningkat, persaingan bisnis pun tidak bisa dihindari. Usaha mikro pangan olahan menghadapi berbagai persoalan seperti semakin ketatnya persaingan pasar dan juga kurangnya pemahaman tentang pemasaran bisnis. Meningkatnya jumlah usaha mikro saat ini menyebabkan keberlangsungan usaha menghadapi persaingan yang semakin ketat, hal tersebut secara tidak langsung akan mempengaruhi kinerja pemasaran pada usaha mikro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada usaha mikro pangan olahan di Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya. Sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Sedangkan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Usaha mikro pangan olahan di Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya perlu meningkatkan penerapan inovasi produk agar lebih maksimal dalam mengembangkan usahanya sehingga kinerja pemasaran akan optimal.

Kata kunci: Pemasaran digital, inovasi produk, orientasi pasar, kinerja pemasaran

**FACTORS THAT AFFECT MARKETING PERFORMANCE ON PROCESSED  
FOOD MICRO BUSINESSES IN SEMOLOWARU, SURABAYA**

**Rendikasari Febriana Putri, Indra Tjahaja Amir, Sri Widayanti, Ika Sari Tondang**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Jalan Raya Rungkut Madya No 1 Gunung Anyar Kota Surabaya 60294

E-mail : rendika.sari92@gmail.com  
indratjahaja@gmail.com

**Abstract**

*Micro business is significantly developing every year, hence business competition is inevitable. Processed food micro businesses faced some problems such as increasingly fierce market competition and lack of understanding of business marketing. The increased amount of micro businesses lead to business continuity in the face of increasingly fierce competition that implicitly will affect marketing performance for micro businesses. This study then aimed to analyze influencing factors that affect marketing performance on processed food micro businesses in Semolowaru, Surabaya. The sample is determined by using a purposive sampling method. The data were collected through questionnaires. By using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) as data analysis method. The findings show that digital marketing and market orientation have a significant effect on marketing performance. Whereas product innovation has no significant effect on marketing performance. Processed food micro business in Semolowaru Surabaya needs to improve the application of product innovation so that it has more leverage in developing its business so that marketing performance will be optimal.*

*Keywords: Digital marketing, product innovation, market orientation, marketing performance*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Pangan Olahan di Wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam kegiatan wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyelesaian penulisan laporan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan tidak terlepas dari rahmat dan pertolongan Allah SWT serta banyak pihak yang telah membantu memberikan bimbingan, arahan, serta dukungannya. Khususnya kepada Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir T.M., MP selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Sri Widayanti, MP selaku dosen pembimbing pendamping, terima kasih telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan arahan, motivasi, masukan dan saran dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Penulis juga tak lupa ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM. dan Dr. Dona Wahyuning Layli, SP., MP. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaganya memberikan saran dan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
2. Dr. Ir. RA. Nora Augustien K., MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Mubarakah, MTP selaku Dosen Wali Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.



4. Seluruh pemilik usaha mikro pangan olahan di wilayah Kelurahan Semolowaru Kota Surabaya yang menjadi responden dalam penelitian ini dan bersedia untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.
5. Kedua orang tua, adik serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis.
6. Teman-teman Agribisnis angkatan 2018 dan kakak tingkat yang telah membantu serta saling memberikan motivasi, kritik, dan saran, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun demi perbaikan penulisan sangat penulis harapkan. Penulis berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, Juni 2022

Penulis,

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	15
2.2.2 Pemasaran Digital.....	22
2.2.3 Inovasi Produk.....	28
2.2.4 Orientasi Pasar.....	32
2.2.5 Kinerja Pemasaran.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis.....	45
III. METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penentuan Sampel.....	46
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	48

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.5	Metode Analisis Data.....	52
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	62
4.1	Gambaran Umum.....	62
4.1.1	Karakteristik Responden .....	62
4.1.2	Karakteristik Usaha .....	64
4.2	Deskripsi Variabel Pemasaran Digital, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Kinerja Pemasaran .....	67
4.2.1	Variabel Pemasaran Digital.....	67
4.2.2	Variabel Inovasi Produk .....	69
4.2.3	Variabel Orientasi Pasar .....	71
4.2.4	Variabel Kinerja Pemasaran.....	72
4.3	Analisis Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran.....	73
4.3.1	Model Spesifikasi .....	74
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	75
4.3.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	77
4.4	Implikasi Hasil Penelitian.....	82
4.4.1	Implikasi Teoritis .....	82
4.4.2	Implikasi Manajerial.....	84
V.	KESIMPULAN DAN SARAN .....	87
5.1	Kesimpulan .....	87
5.2	Saran .....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	LAMPIRAN .....	95

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1. 1	Perkembangan Jumlah UMKM Tahun 2015-2019.....	2
2. 1	Penelitian Terdahulu .....	11
3. 1	Kategori Pengukuran Skala Likert.....	51
3. 2	Definisi dan Pengukuran Variabel .....	52
3. 3	Kriteria Skoring Variabel .....	53
3. 4	Variabel Laten dan Manifes .....	56
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
4. 4	Karakteristik Usaha Berdasarkan Lama Usaha.....	64
4. 5	Karakteristik Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja .....	65
4. 6	Karakteristik Usaha Berdasarkan Pendapatan.....	65
4. 7	Karakteristik Usaha Berdasarkan Tingkat Laba .....	66
4. 8	Skoring Variabel Pemasaran Digital.....	67
4. 9	Skoring Variabel Inovasi Produk .....	69
4. 10	Skoring Variabel Orientasi Pasar .....	71
4. 11	Skoring Variabel Kinerja Pemasaran.....	72
4. 12	Nilai Loading Factor .....	75
4. 13	Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	76
4. 14	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	77
4. 15	Nilai R-square .....	77
4. 16	Nilai Path Coefficients .....	78

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2. 1	Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omzet .....	16
2. 2	Kerangka Pemikiran.....	44
3. 1	Diagram Jalur SEM-PLS.....	57
4. 1	Diagram Jalur Hasil Penelitian .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	95
2.	Daftar Responden.....	102
3.	Data Hasil Kuesioner .....	104
4.	<i>Output Software SmartPLS</i> .....	106