

**FACTORS AFFECTING THE PERFORMANCE MARKETING
OF INDONESIAN FARMS BUSINESS IN ENTREPRENEUR
ORIENTATION IN EAST JAVA**

(Studi Empiris : UMKM Peternakan di Wilayah Jawa Timur)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna

memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Dimas Dipa Pratama

NIM : 19414950

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Factors Affecting The Performance Marketing Of
Indonesian Farms Business In Entrepreneur
Orientation In East Java
Nama : Dimas Dipa Pratama
NIM : 19414950
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 13 Desember 2000
Program Studi : Manajemen

Isi dan format disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu
(S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Ponorogo, 30 Mei 2023

Pembimbing II



Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM
NIDN. 0710048902

Mengetahui Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Samarsono, SE., M.Si
NIP. 19670508 200501 1 002

Dosen Penguji I



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 0727118803

Dosen Penguji :

Dosen Penguji II



Dr. Sri Hartono, SE., MM
NIDN. 0730127102

Dosen Penguji III



Siti Chamidah, SE., M.Si
NIDN. 0019057101

RINGKASAN

Dimas Dipa Pratama (19414950)

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar dan sosial media marketing terhadap kinerja pemasaran bisnis peternakan. Populasi penelitian ini yaitu pelaku bisnis peternakan yang ada di wilayah Jawa Timur. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 300 pelaku bisnis peternakan diambil secara acak menggunakan teknik pengambilan sampel simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner secara cetak dan online menggunakan google form. Pengukuran data menggunakan skala Likert dengan interval 1 sampai 4 dengan keterangan 1= sangat tidak setuju hingga 4= sangat setuju. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dimasukkan ke dalam software AMOS 24 menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk selanjutnya digunakan untuk pengujian model pengukuran serta menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya entrepreneur competency yang berpengaruh terhadap kinerja pemasaran sedangkan market orientation dan social media marketing tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran dalam bisnis ternak. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pelaku bisnis peternakan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya khususnya melalui pengimplementasian social media marketing dalam kegiatan pemasaran serta mempelajari orientasi pasar guna untuk meningkatkan kinerja

pemasaran dalam bisnis peternakan. Kebaruan dari penelitian ini yaitu penerapan teori Resource Based Theory (RBT) dalam menganalisa dari kinerja pemasaran sebuah bisnis ternak. Teori ini menjelaskan bahwa setiap pelaku bisnis harus mampu mengoptimalkan keunggulan sumber daya non fisik seperti tingkat entrepreneur competency dalam meningkatkan kinerja pemasaran supaya mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Penelitian ini dapat dilakukan lebih lanjut dengan memfokuskan pada target responden yang lebih luas dan merata serta menambahkan variabel independen untuk mendapatkan hasil yang lebih tepat. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mendalami mengenai dukungan orientasi pasar dan sosial media marketing dikarenakan pada penelitian ini menemukan bahwa orientasi pasar dan sosial media marketing tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Saran bagi pelaku bisnis peternakan diharapkan dapat fokus pada kompetensi kewirausahaan dengan meningkatkan skill serta pengetahuan terkait bisnis ternak supaya dapat terus berkembang serta mampu bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ada.

Kata Kunci : Entrepreneur Competency, Market Orientation, Social Media Marketing, Marketing Performance

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri (ASLI), dan isi dari skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan. dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Diproses 30 Mei 2023

Dipa Pratama
Dipa Pratama
NIM. 19414950

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **"Factors Affecting The Performance Marketing Of Indonesian Farms Business In Entrepreneur Orientation In East Java"** sesuai dengan yang telah direncanakan.

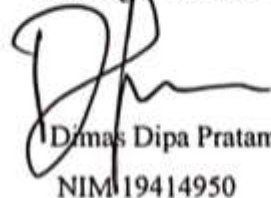
Penulisan laporan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis memberikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat serta do'anya.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Adi Santoso, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang
6. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, 30 Mei 2023



Dimas Dipa Pratama
NIM 19414950

MOTTO

“Gagal yang sesungguhnya adalah berhenti untuk mencoba”



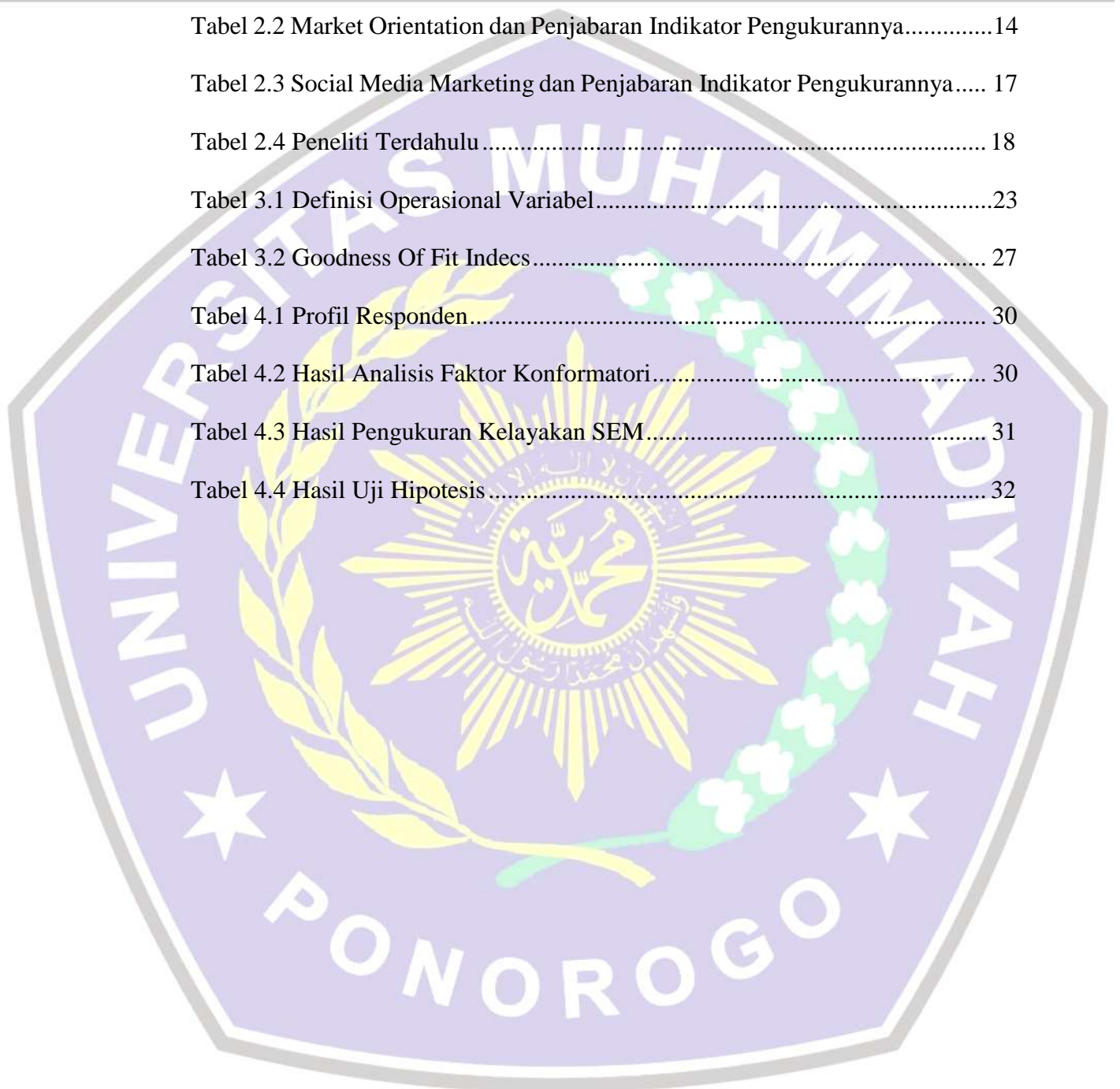
DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	5
MOTTO.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Recources Based Teori (RBT).....	8
2.1.2 Entrepreneur Competency	10
2.1.3 Market Orientation	13
2.1.4 Social Media Marketing	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Model Kerangka Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	20

3.3	Jenis Data Penelitian	21
3.3.1	Data Primer	21
3.3.2	Data Sekunder	21
3.4	Metode Pengumpulan Data	21
3.4.1	Kuisisioner	22
3.4.2	Wawancara	23
3.5	Definisi Operasional Variabel	23
3.6	Metode Analisis Data	25
3.6.1	Pengembangan model berbasis teori	25
3.6.2	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	25
3.6.3	Evaluasi kriteria Goodness-of-fit	26
3.6.4	Uji Regresi Berganda	27
3.6.5	Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Identitas Responden	29
4.2	Hasil Analisis Faktor Konformatori	30
4.3	Hasil Evaluasi Kriteria Goodness-of fit	31
4.4	Hasil Uji Regresi Berganda	32
4.5	Uji Hipotesis	33
4.6	Pembahasan	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		38
5.1	Kesimpulan	38
5.2	Saran	39
DAFTAR PUSTAKA		40
LAMPIRAN-LAMPIRAN		48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Research Gap	6
Tabel 2.1 Entrepreneur Competecy dan Penjabaran Indikator Pengukurannya	11
Tabel 2.2 Market Orientation dan Penjabaran Indikator Pengukurannya.....	14
Tabel 2.3 Social Media Marketing dan Penjabaran Indikator Pengukurannya.....	17
Tabel 2.4 Peneliti Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Goodness Of Fit Indecs	27
Tabel 4.1 Profil Responden.....	30
Tabel 4.2 Hasil Analisis Faktor Konformatori.....	30
Tabel 4.3 Hasil Pengukuran Kelayakan SEM.....	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	19
Gambar 3.1 Operasional Variabel.....	23
Gmabar 4.1 Model Lengkap Struture Equation Model.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	48
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden	51
Lampiran 3 Hasil Olah Data	65
Lampiran 4 Hasil Letter Of Acceptance	69
Lampiran 5 Artikel	70
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiasi	85

