

**PENGARUH KEMAMPUAN BERINOVASI, KEMAMPUAN DIGITAL
MARKETING, DAN PANDEMI COVID TERHADAP NEW PRODUK
DEVEPLMOMENT PADA UMKM BRAND MINUMAN DI KELURAHAN
BANGUNSARI PONOROGO**



Nama : Alberta Adinata

Nim : 18414839

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

**PENGARUH KEMAMPUAN BERINOVASI, KEMAMPUAN DIGITAL
MARKETING, DAN PANDEMI COVID TERHADAP NEW PRODUK
DEVELOPMENT PADA UMKM BRAND MINUMAN DI KELURAHAN
BANGUNSARI PONOROGO**



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

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Alberta Adinata

Nim : 18414839

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh kemampuan berinovasi, kemampuan *digital marketing*, dan pandemi covid terhadap *new produk developepment* pada UMKM brand minuman Kelurahan Bangusari Ponorogo.

Nama : Alberta Adinata

NIM : 18414839

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 24 September 1994

Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 11 juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 07217118803



Sri Hartono, SE., MM
NIDN.0730127002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji :



Adi Santoso, SE., MM
NIDN. 07217118803



Wahna Widhianingrum, SP., MM
NIDN. 0707118602



Naning Kristivana, SE., MM
NIDN. 0721117501

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Untuk Mengetahui bagaimana kemampuan berinovasi, kemampuan digital marketing dan pandemi covid-19 dilakukan UMKM brand minuman Kelurahan Bangunsari Ponorogo dalam pengembangan produk baru : 2) Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang menjadi penghambat UMKM brand minuman Kelurahan Bangunsari Ponorogo dalam melakukan kegiatan pengembangan produk baru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, Jenis penelitian yang digunakan peneliti ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yakni penelitian yang penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya untuk menghindari ruang lingkup yang tak terbatas. Subjek yang di gunakan dalam penelitian ini sebagai responden adalah UMKM brand minuman Kelurahan Bangunsari Ponorogo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) kemampuan berinovasi yang di lihat dari berbagai pengembangan produk baru pada UMKM brand minuman Kelurahan Bangunsari Ponorogo dapat dikatakan berjalan dengan baik. 2) Proses kemampuan digital marketing di lihat dari hasil penelitian di lihat masih sangat baik dan menguasai semua hal berbentuk digital. 3) pandemic covid-19 pada variabel ini tidak mempengaruhi pengembangan produk baru pada UMKM brand minuman Kelurahan Bangunsari Ponorogo.

Kunci : kemampuan digital marketing, *kemampuan digital marketing*, pandemi covid-19, *new produk deveploment*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur *Alhamdulillah* kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*PENGARUH KEMAMPUAN BERINOVASI, KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING, DAN PANDEMI COVID TERHADAP NEW PRODUK DEVEPLMOMENT PADA UMKM BRAND MINUMAN DI KELURAHAN BANGUNSARI PONOROGO*”.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak ADI SANTOSO, SE.,MM . selaku pembimbing I yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini. Semoga Allah selalu melingkari beliau dengan kebaikan dan keberkahan.
5. Bapak SRI HARTONO, SE., MM selaku pembimbing II yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, membimbing, mengarahkan, membantu, dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Segenap dosen Program Studi Manajemen, Karyawan Tata Usaha, dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo untuk ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya meluangkan waktu dan kerjasamanya demi kelancaran skripsi ini.
8. Untuk ahola juga bisnis saya makasih udah bikin saya bisa kuliah dan semua pembeli ahola tanpa pembeli saya tidak akan seperti ini
9. Lala dan arin makasih sudah sering kasih saya semangat buat ngerjakan skripsi

ini.

10. Film anime juga terimakasih sudah nemenin saat saya lagi gabut dan stress mengerjakan skripsi
11. Pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Anda semua.

Dalam penulisan ini, peneliti telah berusaha sebaik mungkin, namun peneliti menyadari masih ada kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam penyajian materi.

Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan dan peningkatan kualitas dalam penulisan dimasa mendatang. Akhir Salam, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat digunakan dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan serta penelitian ini dapat diteruskan lagi.

Ponorogo, 01-08-2022



Alberta Adinata

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

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

Ponorogo, 01-08-2022



Alberta Adinata

MOTTO

Hidup itu keras, ketika kamu nyaman pada zona nyaman mu maka keluarlah pada titik zona nyaman mu untuk mencapai hasil melebihi expetasimu

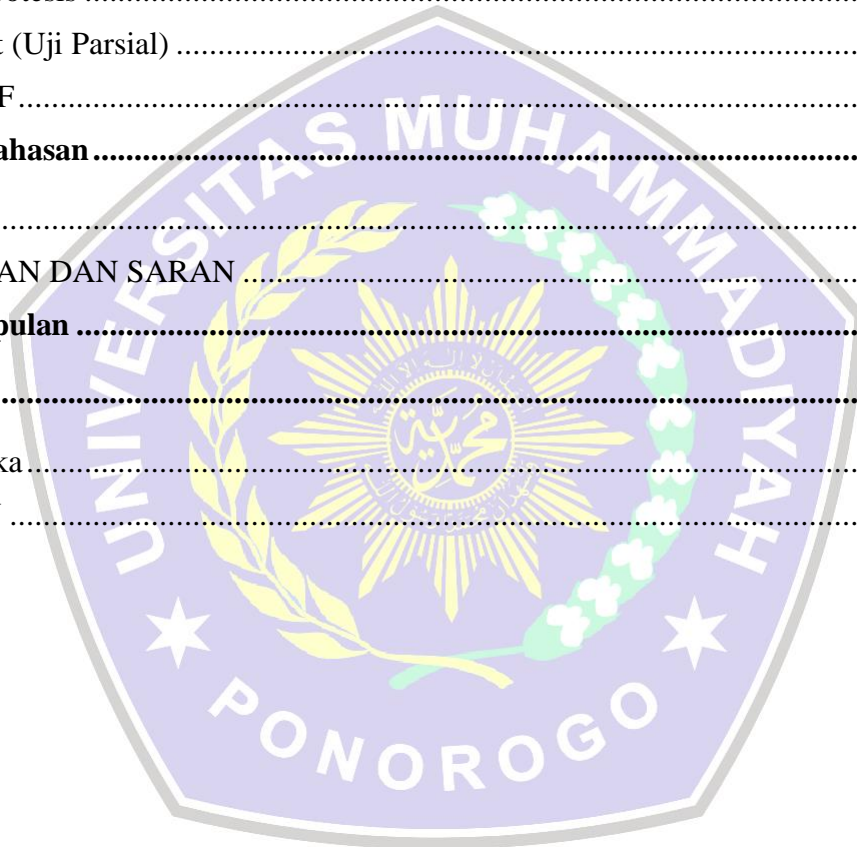


Daftar isi

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vi
MOTTO.....	vii
Daftar isi	viii
Daftar Table.....	xi
Daftar Gambar	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Kewirausahaan.....	8
2. UMKM	12
3. Produk	18
4. <i>New Produk Deveploment</i>	21
5. Kemampuan Berinovasi	25
6. Kemampuan <i>Digital Marketing</i>	32
7. Pandemi Covid-19.....	38
B. PENELITIAN TERDAHULU	39
C. KERANGKA PEMIKIRAN.....	41
D. Hipotesis	42
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN	45

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
1. Populasi	45
2. Sampel.....	45
C. Metode Pengambilan Data	45
D. Definisi Operasional Variabel	46
1. Kemampuan Berinovasi	47
2. Kemampuan <i>Digital Marketing</i>	47
3. Pandemi Covid-19.....	47
4. <i>New Produk Development</i>	47
E. Metode Analisis Data	48
1. Uji Instrumen Data.....	48
a. Uji validitas	48
b. Uji Reliabilitas	49
2. Alat Analisis Data.....	49
a. Regresi Linier Berganda.....	49
b. Koefisien Determinasi	50
3. Pengujian Hepotesis	50
a. Uji T.....	50
b. Uji F.....	51
BAB IV.....	52
PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Pelaku UMKM.....	52
B. Hasil Penelitian	54
1. Karakteristik Responden	54
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	54
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	55
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Cabang Usaha	56
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Membuka usaha.....	57
f. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Perbulan	58
2. Deskripsi Variabel Penelitian	58
a. Kemampuan Berinovasi (X1).....	59

b. Kemampuan Digital Marketing.....	60
c. Deskripsi Variabel Pandemi Covid-19 (X3)	62
d. Deskripsi Variabel New Produk Devploment (Y)	63
3. Uji Instrumen	65
a. Uji Validitas	65
b. Uji Reliabilitas.....	66
4. Analisis Data	66
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
b. Koefisien Determinasi (R^2)	68
5. Uji Hipotesis	69
a. Uji t (Uji Parsial)	69
b. Uji F.....	72
C. Pembahasan.....	74
BAB V.....	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
Daftar pustaka.....	82
LAMPIRAN	85



Daftar Table

Tabel1 Variabel Temuan	5
Tabel 2 Omset perbulan para pelaku bisnis.....	14
Tabel 3 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 4 alamat dan menu favorit UMKM.....	52
Tabel 5 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
Tabel 6 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 7 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 8 . Karakteristik Responden berdasarkan adanya Cabang Usaha	56
Tabel 9 Karakteristik Responden berdasarkan Lamanya Membuka Usaha.....	57
Tabel 10 Karakteristik Responden berdasarkan Omset Perbulan.....	58
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Berinovasi	59
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Digital Marketing	60
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Pandemi Covid-19	62
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap New Produk Devploment	63
Tabel 15 Hasil Pengujian Validitas.....	65
Tabel 16 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 18 Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 19 Hasil uji t Terhadap Loyalitas Konsumen	70
Tabel 20 Hasil Uji F.....	73

Daftar Gambar

Gambar 1 Tingkatan Produk.....	20
Gambar 2 Produk baru dari Jelly Potter dan Tea Break.....	23
Gambar 3 Produk dari copen.....	23
Gambar 4 Produk dari Komath.....	24
Gambar 5 Produk Fresmilk Ponorogo.....	24
Gambar 6 Produk Tea Poci.....	24
Gambar 7 produk brand Ahola.....	25
Gambar 8 Kerangka Penelitian.....	41
Gambar 9. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	70
Gambar 10 Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	71
Gambar 11 Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	71
Gambar 12 Kurva Uji F.....	73

