

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BATIK LAWETAN
SURAKARTA TAHUN 2021**



Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Akuntansi

Diajukan Oleh:
FAJAR DWI ATMAJA
A210150036

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : FAJAR DWI ATMAJA
NIM : A210150036
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Laweyan Surakarta Tahun 2021

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali tertulis diajukan/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Surakarta, 8 Juni 2022
Yang membuat pernyataan



FAJAR DWI ATMAJA

NIM. A210150036

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA
USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BATIK LAWNEYAN
SURAKARTA TAHUN 2021**

Diajukan Oleh:

FAJAR DWI ATMAJA

A210150036

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Surakarta, 14 Juni 2022



(Rochman Hadi Mustofa, S.Pd. M.Pd)

NIDN. 06.2304 5801

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BATIK LAWNEYAN SURAKARTA TAHUN 2021

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

FAJAR DWI ATMAJA
A210150036

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji
pada hari Selasa 14 Juni 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

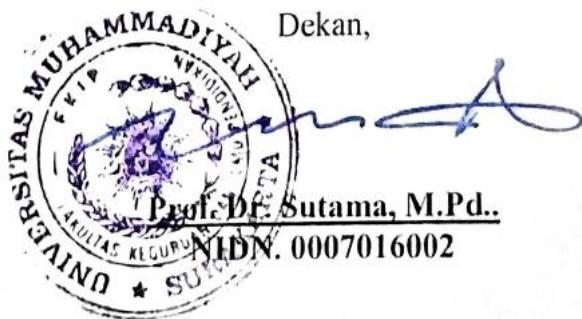
Susunan Dewan Pengaji

1. Rochman Hadi Mustofa, S.Pd., Mpd.
(Ketua Dewan Pengaji)
2. Dhany Efita Sari, S.Pd., Mpd.
(Anggota I Dewan Pengaji)
3. Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd.
(Anggota II Dewan Pengaji)

Surakarta, 8 Juni 2022

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



HALAMAN MOTTO

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”
(Confusius)

“Mengejar kesuksesan sama seperti mengejar cinta, teruslah berusaha sampai kau mendapatkannya karena kesuksesan tidak akan pernah datang dengan sendirinya.
Bukan sukses yang menjemput kita tapi kita yang mengejar sukses”
(N R K)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, dalam proses penyusunan tugas akhir ini. Penulis membutuhkan perjuangan, ketekunan, do'a, usaha dan semangat sehingga menghasilkan karya berupa tugas akhir ini. Maka dari itu, penulis ingin mempersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Kedua orangtua tercinta yang telah memberikan kasih sayang, cinta, do'a dan segala pengorbanan yang begitu mulia yang menghantarkan penulis sampai pada titik ini.
2. Seluruh teman-teman Pend Akuntansi angkatan 2015 FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta, khususnya kelas A yang telah memberikan keceriaan dan membantu penulis dalam hal apapun.
3. Almamaterku tercinta.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan-kebaikan kalian di kemudian hari dan memberikan kemudahan bagi kita dalam mengerjakan segala sesuatu dalam kebaikan. Aamin.

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN
KREATIVITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA
PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BATIK
LAWEYAN SURAKARTA TAHUN 2021**

Fajar Dwi Atmaja
NIM. A210150036

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Laweyan Surakarta. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasinya adalah Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Laweyan Surakarta sebanyak 32 responden dan digunakan sebagai sampelnya dan teknik pengambilan sampel menggunakan sensus. Alat analisis regresi berganda, Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Secara Serempak) dan Uji Koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar, inovasi produk dan Kreativitas strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik Laweyan Surakarta. Implikasi Penelitian yang disampaikan Orientasi Pasar terhadap kinerja pemasaran berkaitan terhadap usaha yang dikelola selalu berkomitmen untuk memuaskan dan memenuhi keinginan para pelanggan dan usaha yang saya kelola dapat memahami keluhan para pelanggan. Inovasi produk terhadap kinerja pemasaran berkaitan Usaha dikelola selalu menciptakan produk dengan desain batik yang berbeda dan dapat membuat produk dengan bahan baku batik yang berbeda dari biasanya. Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap kinerja pemasaran berkaitan terhadap usaha yang dikelola untuk bisa menilai dan menganalisis produk yang sudah ada untuk dikembangkan dan menggabungkan dengan ide yang dimiliki sehingga menghasilkan produk baru yang menarik minat para pembeli dan mampu menemukan ide baru sebagai solusi dalam menghadapi masalah. Saran-saran: diharapkan mengawasi secara langsung atas pengisian jawaban atau dengan membacakannya, sehingga jawaban dari responden dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Peneliti yang akan datang, diharapkan sebagai referensi bagi peneliti yang akan datang, sehingga akan menyempurnakan kekurangan-kekurangan atau kelemahan dalam hasil penelitian yang berpengaruh dengan Kinerja Pemasaran dengan menambah-menambah variabel-variabel untuk melengkapinya, misalnya harga, promosi dan lain-lain. Bagi peneliti berikutnya diharapkan menambah obyek penelitian dan menambah sampel penelitian untuk membuktikan kembali obyek penelitian dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Market Orientation, Product Innovation and Marketing Strategy Creativity on Marketing Performance in Small and Medium Enterprises (UKM) Batik Laweyan Surakarta. The research method uses quantitative research. The population is Small and Medium Enterprises (UKM) Batik Laweyan Surakarta as many as 32 respondents and used as the sample and the sampling technique used the census. Multiple regression analysis tools, t test (partial test), F test (simultaneous test) and the coefficient of determination test (R²).

The results showed that market orientation, product innovation and marketing strategy creativity had an effect on marketing performance in Small and Medium Enterprises (UKM) Batik Laweyan Surakarta. Implications of the research presented by Market Orientation on marketing performance related to the business being managed is always committed to satisfying and fulfilling the wishes of customers and the business I manage is able to understand customer complaints. Product innovation on marketing performance is related to business that is managed to always create products with different batik designs and can make products with different batik raw materials than usual. Marketing Strategy Creativity on marketing performance relates to managed businesses to be able to assess and analyze existing products to be developed and combine them with existing ideas so as to produce new products that attract buyers and are able to find new ideas as solutions in dealing with problems. Suggestions: it is expected to directly supervise the filling of answers or by reading them out, so that the answers from respondents can reflect the actual situation. Future researchers are expected to serve as a reference for future researchers, so that they will improve the shortcomings or weaknesses in research results that affect marketing performance by adding variables to complete it, such as price, promotion and others. For the next researcher, it is expected to add research objects and add research samples to re-proven the object of research in this study.

Keywords: *Market Orientation, Product Innovation and Marketing Strategy Creativity on Marketing Performance*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Allhamdulillah, puji syukur penulisan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan krunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “**PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) BATIK LAWETAN SURAKARTA TAHUN 2021**” dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi ini bisa diselesaikan dengan bantuan do'a, dukungan, bimbingan, motivasi, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutama, M.Pd.. dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin untuk pelaksanaan penelitian.
2. Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd.. Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta serta Pembimbing Akademi yang telah memberi masukan dan membant dalam kegiatan perkuliahan hingga terselesaikan skripsi ini.
3. Rochman Hadi Mustofa, S.Pd., M.Pd.. dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberi saran dukungan selama penulis mengerjakan skripsi.
4. Segenap dosen Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Semua pihak yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga apa yang telah diberikan ini mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan menambah berat timbangan amal kebaikan. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga penulisan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulisan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Wassaalamu 'alaikum warohmatullahi wabarakatuh.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampel	27
C. Definisi Operasional Variabel	28
D. Sumber Data.....	29

E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Teknik Analisis Data	40
C. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP.....	52
A. Kesimpulan	52
B. Implikasi Penelitian	52
C. Saran-Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1. Rangkuman validitas instrumen Orientasi Pasar (X1).....	31
Tabel 3.2. Rangkuman Validitas Instrumen Inovasi Produk (X2).....	32
Tabel 3.3. Rangkuman Validitas Instrumen Kreativitas Strategi Pemasaran (X3)	32
Tabel 3.4. Rangkuman Validitas Instrumen Kinerja Pemasaran (Y).....	33
Tabel 3.5. Hasil Reliabilitas	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Karakteristik Usia Responden.....	39
Tabel 4.3. Karakteristik Tingkat Pendidikan Responden.....	40
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Normalitas	41
Tabel 4.5. Hasil Pengujian Multikolinieritas	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
Tabel 4.7. Ringkasan Uji Linieritas	43
Tabel 4.8. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda	44

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.Kerangka Pemikiran..... 25

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	62
Lampiran 3 Hasil Olah data	63