

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KEUNGGULAN BERSAING,  
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
KONVEKSI DI PEKALONGAN  
(STUDI KASUS KONVEKSI KECAMATAN TIRTO  
KABUPATEN PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**MUHAMMAD ILHAM JAZA**  
**NIM 4218101**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**PENGARUH ORIENTASI PASAR, KEUNGGULAN BERSAING,  
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
KONVEKSI DI PEKALONGAN  
(STUDI KASUS KONVEKSI KECAMATAN TIRTO  
KABUPATEN PEKALONGAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**MUHAMMAD ILHAM JAZA**  
**NIM 4218101**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ilham Jaza

NIM : 4218101

Judul Skripsi : Pengaruh Oriental Pasar, Keunggulan Bersaing, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi Di Pekalongan (Studi Kasus Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 01 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Ilham Jaza

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal. : Naskah Skripsi Sdr. M. ILHAM JAZA

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.g. Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : M. Ilham Jaza  
NIM : 4218101  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi Di Pekalongan (Studi Kasus di Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 1 Agustus 2024  
Pembimbing

  
Syamsul Arifin M. F.  
NIP. 198908312023211022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Pahlawan No.52 Kajen Kab. Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

## PENGESAHAN

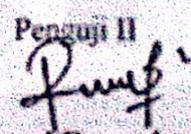
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Ilham Jaza  
NIM : 4218101  
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi Di Pekalongan (Studi Kasus Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)  
Dosen Pembimbing : Syamsul Arifin, M. E

Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 20 September 2024, dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

  
Penguji I  
Husni Arifin, M.M  
NIP. 198609292019031016

  
Penguji II  
Mohammad Rosvada, M.M  
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 20 September 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## **MOTTO**

*Terus belajar, terus tumbuh, jangan pernah berhenti untuk mencapai lebih.*

*Unknown*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Allah SWT yang telah memberikan berkah, rahmat, dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Ahmad Rofiq dan Ibu Siti Muniroh yang selalu memanjatkan do'a dan kerja keras untuk saya.
3. Adik-adik saya, Wilda Meutia Syahputri, Alya Maulaya Zulfa, dan Muhammad Elvan Syahreza yang selalu memberikan semangat, canda tawa, dan kehangatan untuk saya.
4. Alisa Qudrotun Nada, yang selalu menemani dan berjuang bersama saya.
5. Sahabat saya, Muhammad Ridhik yang selalu mendukung dan menyemangati saya.
6. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2018 yang sama-sama sedang berjuang.
7. Teman-teman KKN Angkatan 53 Desa Kelang Depok Kecamatan Bodeh Kabupaten Pematang 2022.
8. Almamater Universitas Islam Negeri (UIN) K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

## ABSTRAK

### **Jaza, Muhammad Ilham. Pengaruh Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi Di Pekalongan (Studi Kasus di Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**

Kinerja pemasaran adalah indikator prestasi yang mencerminkan hasil dari upaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Orientasi pasar adalah budaya, tindakan, dan aktivitas yang terkait dengan upaya berkelanjutan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Keunggulan bersaing merupakan kemahiran perusahaan menjual manfaat yang lebih unik dari kompetitor. Inovasi produk merupakan proses yang melibatkan serangkaian langkah, diawali dari pembuatan ide baru, penemuan inovatif, hingga pengembangan produk yang baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar, keunggulan bersaing dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi di dalam penelitian ini yaitu konveksi di Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 176 data dengan teknik pengambilan sampel melalui *purposive sampling*. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan, variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan. Hasil pengujian menghasilkan bahwa orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan inovasi produk secara bersamaan atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk, dan Kinerja Pemasaran.

## **ABSTRACT**

### **Jaza, Muhammad Ilham. Pengaruh Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi Di Pekalongan (Studi Kasus di Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan)**

*Marketing performance is an achievement indicator that reflects the results of marketing efforts carried out by the company. Market orientation is the culture, actions and activities associated with ongoing efforts to understand and meet customer needs. Competitive advantage is a company's ability to sell benefits that are more unique than competitors. Product innovation is a process that involves a series of steps, starting from creating new ideas, innovative discoveries, to developing new products. This research aims to determine the influence of market orientation, competitive advantage and product innovation on convection marketing performance in Pekalongan.*

*This study is descriptive quantitative research. The population in this research is convection in Tirto District, Pekalongan Regency. The number of samples taken was 176 data using a purposive sampling technique. The analysis method uses multiple regression analysis with the SPSS 29 application.*

*The results of this research show that the market orientation variable has a significant effect on the marketing performance of convection in Pekalongan, the competitive advantage variable has a significant effect on marketing performance, the product innovation variable has a significant effect on the marketing performance of convection in Pekalongan. The test results show that market orientation, competitive advantage, and product innovation together or simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance.*

**Keywords:** *Market Orientation, Competitive Advantage and Product Innovation, and Marketing Performance.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

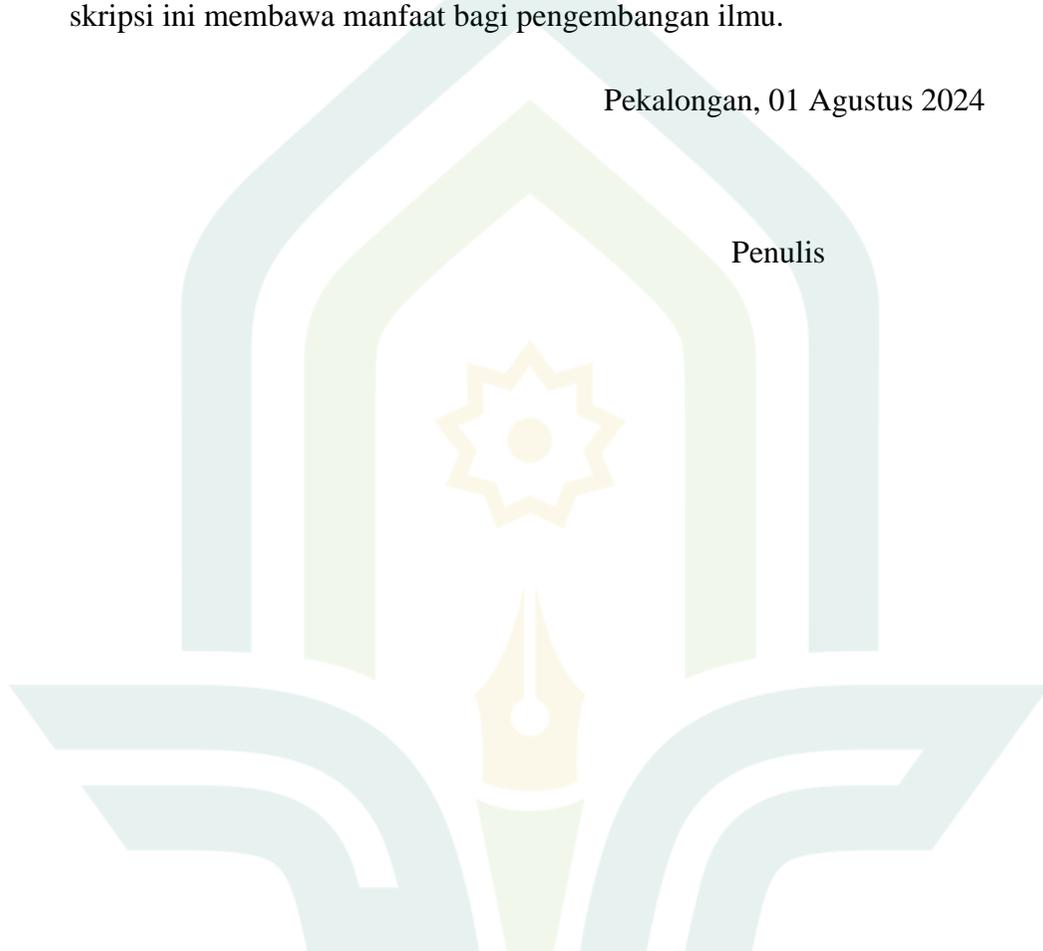
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak H. Muhammad Shulthoni, LC., M.A., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Syamsul Arifin, M. E. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff.
8. Para Usahawan Konveksi, Pihak yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.

9. Kedua orang tua dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan secara moral dan material serta menyemangati saya.
10. Sahabat dan teman lainnya yang selalu memberikan semangat serta membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 01 Agustus 2024

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>TRANSLITERASI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
B. Telaah Pustaka.....	16
C. Kerangka Berpikir .....	22
D. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>25</b>

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	25
B. Sampel dan Populasi.....	25
C. Variabel Penelitian .....	27
D. Sumber Data .....	29
E. Teknik Pengambilan Data .....	29
F. Metode Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. Deskripsi Data .....	34
B. Analisis Data .....	35
C. Pembahasan .....	47
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
A. Simpulan.....	52
B. Saran.....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>I</b>

## TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

### A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidakdilambangkan	tidakdilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ŝa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

### C. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan / t /

Contoh : مَرَاةٌ جَمِيلَةٌ = *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh : فَاطِمَةٌ = *Fatimah*

### D. Syaddah (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh

رَبَّنَا = *rabbanā*

الْبِرِّ = *al-birr*

### E. Kata Sandang

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu ز

Contoh :

الشَّمْسُ = *asy-syamsu*

الرَّجُلُ = *ar-rajulu*

السَّيِّدُ = *as-sayyidu*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القَمَرُ = *al-qamar*

الْبَدِيعُ = *al-badi'u*

الْجَلَالُ = *al-jalālu*

## F. Hamzah

Hamzah yang berbeda di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/'

Contoh :

أَمِرْتُ = *umirtu*

شَيْءٌ = *syai'un*

## G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ = *Wa auf al-kaila wa-almizān*

*Wa auf al-kaila wal mizān*

## H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وَلَقَدْ رَآهُ بِأَلْفِ الْمُبِينِ = *Walaqadra 'āhubil-ufuq al-mubīn*

*Walaqadra 'āhubil-ufuqil-mubīn*

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh :

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallāhabikullisyai'in 'alīm*

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid .Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

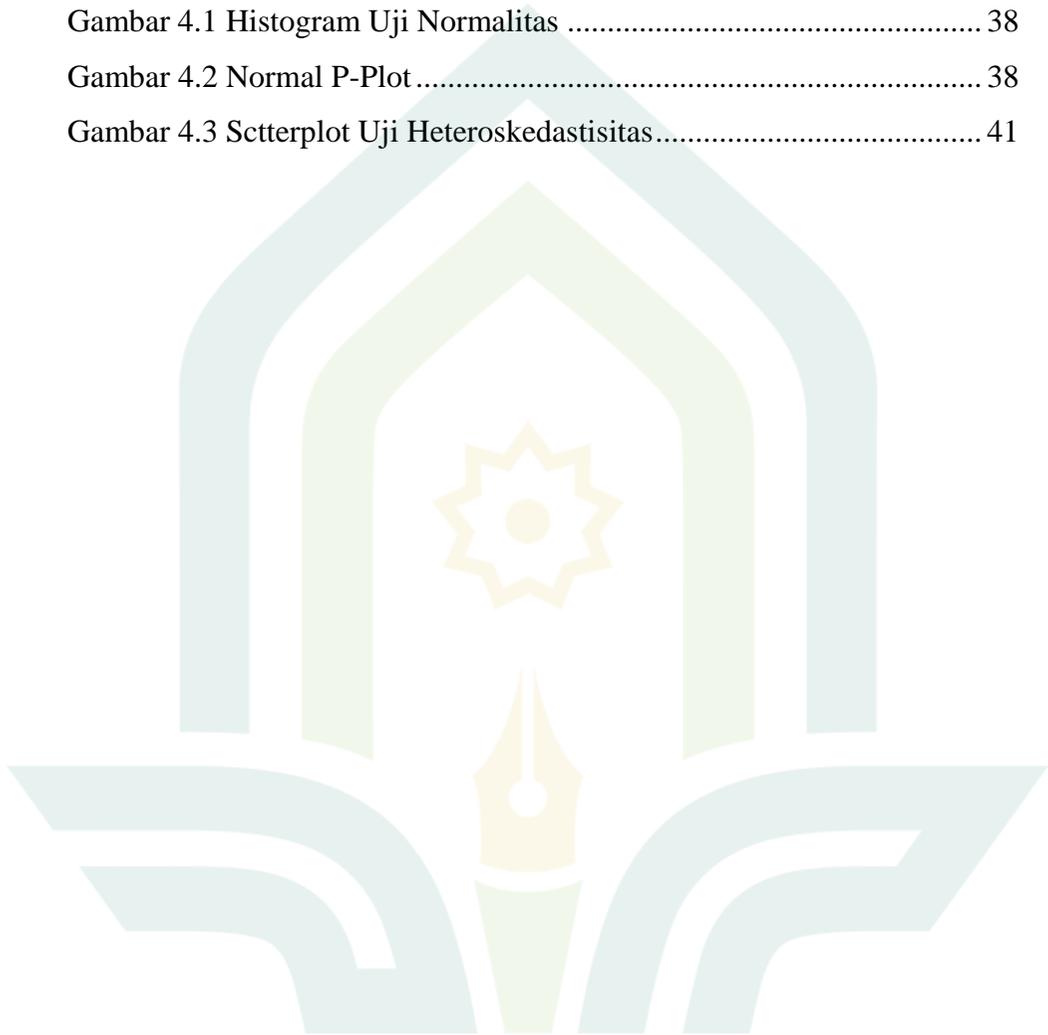


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Kabupaten Pekalongan.....	2
Tabel 2.2 Telaah Pustaka.....	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	27
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	35
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	36
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji t .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji F .....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir .....	22
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	38
Gambar 4.2 Normal P-Plot .....	38
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	41



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	I
Lampiran 2 : Tabulasi Data .....	V
Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas .....	XV
Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik .....	XIX
Lampiran 5 : Hasil Analisa Regresi Linear Berganda .....	XX
Lampiran 6 : Hasil Uji Hipotesis .....	XX
Lampiran 7 : Dokumentasi .....	XXI
Lampiran 8 : Data Populasi .....	XXII
Lampiran 9 : Surat Keterangan Izin Penelitian .....	XXVII
Daftar Riwayat Hidup.....	XXVIII

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Keunggulan dalam bidang manufaktur yang bertumpu pada sektor industri sepertinya sudah menjadi anugerah tersendiri bagi Negara Republik Kesatuan Indonesia. Industri Kecil dan Menengah semakin menarik perhatian karena Pertumbuhannya yang pesat terdorong oleh efisiensi yang tinggi, produktivitas yang baik, dan tingginya kemampuan persaingan global (Tambunan 2012).

Pertumbuhan dan daya saing yang kuat ini dilandasi pada kinerja pemasaran yang memainkan peran kunci pada keberhasilan suatu bisnis. Ini merupakan serangkaian tindakan dan strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan, memasarkan, dan menjual produk atau layanan mereka.

Kinerja pemasaran tidak hanya tentang mencapai tujuan bisnis saat ini, tetapi juga tentang membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini melibatkan pembangunan merek yang kuat, yang melibatkan konsistensi dalam pesan dan pengalaman pelanggan.

Secara keseluruhan, kinerja pemasaran adalah landasan penting bagi kesuksesan bisnis. Dengan pemahaman pasar yang baik, strategi yang efektif, analisis data yang cermat, dan fokus pada pembangunan hubungan pelanggan, perusahaan dapat mencapai hasil yang positif dalam bentuk peningkatan penjualan, pertumbuhan merek, dan keunggulan kompetitif.

Konveksi menjadi bagian dalam penjabaran industri di atas. Sandang menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap individu, permintaan pasar akan perihal sandang akan saja selalu besar dari satu zaman ke zaman yang berikutnya. Kesadaran akan permintaan pasar yang amat besar menggandeng antusiasme akan kelahiran pengusaha-pengusaha yang siap untuk memenuhi segala kebutuhan dan permintaan pasar. Pengusaha-pengusaha ini selanjutnya disebut sebagai pelaku usaha konveksi.

Konveksi merupakan bisnis dalam sektor pakaian yang memproduksi secara massal (Wening dan Savitri 1994). Dapat diartikan juga sebagai jenis bisnis yang menyediakan jasa pembuatan sandang, di antaranya ada baju, celana, kemeja dan lain sebagainya yang bisa menjadi alat untuk kebutuhan menutupi badan.

Bisnis konveksi di kota Pekalongan tergolong salah satu bisnis yang populer, Pekalongan menjadi salah satu kota yang sangat besar industri konveksinya. Dimulai dari yang hanya menyediakan bahan hingga barang siap pakai, dari yang menyediakan kaus hingga menyediakan batik premium yang memiliki nilai jual yang tinggi. Konveksi pada periode tahun 2017- 2021 memiliki nilai ekspor yang besar dan naik turun.

**Tabel 1.1**  
Data UMKM Kabupaten Pekalongan

INDIKATOR	JUMLAH
UMKM Bidang Kuliner Usaha Mikro	2.095
UMKM Bidang Kuliner Usaha Kecil	455
UMKM Bidang Kuliner Menengah	12
UMKM Bidang Fashion Usaha Mikro	2.562
UMKM Bidang Fashion Usaha Kecil	1.2210
UMKM Bidang Fashion Menengah	23
UMKM Bidang Pendidikan Usaha Mikro	3
UMKM Bidang Pendidikan Usaha Kecil	5
UMKM Bidang Pendidikan Menengah	0
UMKM Bidang Otomotif Usaha Mikro	89
UMKM Bidang Otomotif Usaha Kecil	0
UMKM Bidang Otomotif Menengah	5
UMKM Bidang Agrobisnis Usaha Mikro	0
UMKM Bidang Agrobisnis Usaha Kecil	0
UMKM Bidang Agrobisnis Menengah	0
UMKM Bidang Teknologi Usaha Mikro	198
UMKM Bidang Teknologi Usaha Kecil	9
UMKM Bidang Teknologi Menengah	0
UMKM Bidang Lainnya Usaha Mikro	0
UMKM Bidang Lainnya Usaha Kecil	0
UMKM Bidang Lainnya Menengah	0

*Sumber : Dinperindagkop UMKM Kabupaten Pekalongan, 2020*

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa UMKM Kabupaten Pekalongan lebih banyak di bidang fashion usaha kecil, dari bidang tersebut usaha yang relevan adalah konveksi. Wilayah kabupaten sendiri ada beberapa kecamatan, salah satunya Tirto yang sebagian besar masyarakatnya memiliki konveksi. Para pengusaha konveksi di Tirto menghasilkan berbagai macam bahan siap pakai, seperti celana, kaus, gamis, dan sebagainya.

Industri ini memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal masyarakat di Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan. Sektor ini memberikan lapangan kerja bagi masyarakat setempat, baik dalam bidang produksi maupun distribusi. Para pekerja di sektor ini juga terlibat dalam berbagai tahap produksi, seperti desain, pemotongan, jahit, hingga penyelesaian dan pemasaran.

Melihat potensi keuntungan yang besar menimbulkan persaingan pasar yang sangatlah ketat, setiap perusahaan konveksi menawarkan produk dengan keunggulannya masing-masing. Tidak mudah untuk mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang sangat ketat ini, ditambah dengan permintaan pelanggan yang sangat variatif.

Salah satu strategi yang efektif untuk tetap bersaing dan memperoleh perhatian konsumen dengan menjaga keunggulan produk dan membangun kesadaran serta minat konsumen terhadapnya. Dalam arti lain, pemasaran dan inovasi menjadi peran utama dalam peningkatan dan keberlangsungan hidup bisnis (Wachjuni 2014).

Inovasi produk menjadi penting sebab dalam proses ini nantinya akan memunculkan berbagai macam nilai lebih pada produk yang dihasilkan. Sebelum sampai pada titik nilai lebih suatu produk ada beberapa hal yang menjadi kunci yang mempengaruhi adopsi dan difusi inovasi produk seperti; kompatibilitas, kemudahan penggunaan, keunggulan komunikasi, kepercayaan, dan kepentingan relasional.

Seberapa jauh inovasi produk ini mempengaruhi kinerja pemasaran telah beberapa kali dilakukan penelitiannya dan

membuahkan hasil di antaranya penelitian terdahulu milik Elwisam & Lestari (2019) kemudian penelitian milik Karinda et al. (2018) serta penelitian milik Amin et al., (2019) mengatakan ada dampak signifikan dari variabel inovasi produk terhadap kinerja pemasaran.

Dalam pengembangan produk tentunya tidak hanya berasal dari ide- ide penyedia jasa, namun harus didasari akan kebutuhan daripada pelanggan maka dari itu Orientasi pasar dijadikan budaya perusahaan yang berfokus pada pemahaman serta pemenuhan kebutuhan pelanggan. Orientasi pasar perusahaan bertujuan untuk memastikan kepuasan konsumen, dengan menganggap konsumen sebagai panduan utama dalam operasi bisnis (Amin, Sudarwati, dan Maryam 2019).

Sering kali pada realitanya, inovasi yang diberikan oleh sebuah perusahaan tidak memenuhi apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, alih-alih mendapatkan loyalitas peningkatan kinerja pasar yang terjadi sebaliknya, pelanggan akan merasa tidak dipenuhi kebutuhannya dan akan beralih kepada produk lain dan mengurangi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Pendapat dari Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan Keunggulan bersaing adalah keunggulan yang dapat digunakan atas kompetitor lainnya dengan memberikan nilai tambahan kepada konsumen, melalui penawaran harga yang lebih kompetitif atau dengan menyediakan manfaat yang lebih substansial yang dapat mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

Mengacu pada konteks latar belakang yang telah mengidentifikasi beberapa fenomena yang telah terjadi dan berperan sebagai pemanti kinerja pemasaran dalam suatu bisnis, peneliti tergerak untuk menyelidiki aspek- aspek yang berdampak atas kinerja pemasaran pada usaha Konveksi di kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan, maka dari itu diambillah judul “Pengaruh Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, Inovasi Produk, dan Keunggulan bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi di Pekalongan Studi Kasus Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan”

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
2. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
4. Apakah orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pemasaran?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

- a. Tujuan Penelitian
  1. Untuk menilai dampak orientasi pasar pada kinerja pemasaran.
  2. Untuk mengukur pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran.
  3. Untuk mengevaluasi efek inovasi produk terhadap kinerja pemasaran
  4. Untuk mengevaluasi dampak bersamaan dari orientasi pasar, keunggulan bersaing, dan inovasi produk pada kinerja pemasaran.

b. Manfaat penelitian

A. Bagi Akademik

- a. Dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media pengembangan ilmu dalam pemasaran
- b. Dapat dijadikan literatur yang dapat membantu dalam penelitian-penelitian terbaru ke depan

B. Bagi Pengusaha Konveksi

Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi yang dapat dipertimbangkan dalam proses pengambilan keputusan terkait kebijakan bisnis, terutama dalam konteks industri konveksi.

**D. Sistematika Pembahasan**

Mencakup sistematika penulisan, peneliti memaparkan lima inti penulisan, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat uraian beberapa hal yang mendasari perlunya diadakan penelitian yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika pembahasan. Pendahuluan perlu diposisikan di awal agar pembaca dapat memahami tema, pokok – pokok pada permasalahan yang akan diteliti. Di dalam pendahuluan atau latar belakang juga memuat alasan dari penelitian ini.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bagian ini mencakup dasar teoritis dari variabel-variabel yang akan diselidiki, tinjauan literatur atau studi sebelumnya yang relevan dengan judul penelitian, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian. Landasan teori perlu diposisikan setelah pendahuluan agar pembaca memahami berbagai teori yang digunakan terkait permasalahan dalam penelitian ini.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini mengulas mengenai kategori studi, metode

pendekatan penelitian, pengaturan penelitian, target populasi dan sampel, variabel penelitian, asal data, teknik pengumpulan data, dan akhirnya, prosedur analisis data. Metode penelitian perlu ditempatkan setelah landasan teori agar pembaca dapat memahami metode-metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berdasarkan teori – teori yang relevan.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disusun dan dikembangkan dan merupakan bagian inti dari penelitian. Diposisikan setelah metode penelitian dengan tujuan supaya pembaca bisa memahami setiap pembahasan yang peneliti uraikan karena pembaca telah memahami tema, teori, dan metode penelitian pada bab sebelumnya.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang simpulan, keterbatasan penelitian, dan implikasi teoritis dan praktis. Diposisikan diakhir agar pembaca dapat mengetahui simpulan dengan berbagai keterbatasan penelitian sehingga pembaca dapat memberikan penilaian pada penelitian ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Hasil analisis data mengenai Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Konveksi di Pekalongan (Studi Kasus Konveksi Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan) dapat dibuat beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik data responden dalam penelitian ini mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki dengan mayoritas usia 36 - 46 tahun, mayoritas lama usaha pemilik konveksi yaitu  $> 5$  tahun.
2. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai  $t$  hitung (2,496)  $> t$  tabel (1,97) dan nilai signifikansi (0,01)  $< (0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan. Penelitian pada variabel orientasi pasar artinya pemilik konveksi di Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan berfokus pada pelanggan dan pesaing. Pelanggan dan pesaing memberikan dampak yang signifikan pada usaha konveksi di Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan.
3. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai  $t$  hitung (3,556)  $> t$  tabel (1,97) dan nilai signifikansi (0,001)  $< (0,05)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan. Dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel keunggulan produk yaitu harga, kualitas produk, dan keunikan produk, semuanya berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan, keunggulan bersaing dapat dicapai ketika sebuah usaha konveksi memiliki kemampuan dan kompetensi dalam pemasaran, manufaktur dan inovasi dalam pengolahan sumber daya yang dimiliki.

4. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai  $t$  hitung (3,294) >  $t$  tabel (1,97) dan nilai signifikansi (0,001) < (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran konveksi di Pekalongan. Dapat disimpulkan bahwa penciptaan produk- produk pendukung konveksi yang memiliki rasa berbeda dengan yang dimiliki kompetitor serta produk-produk pendukung yang memiliki bentuk yang berbeda dengan produk kompetitor membuat konsumen beranggapan bahwa usaha tersebut memiliki banyak pilihan produk dan layak untuk dikunjungi.
5. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa  $F$  hitung (23,263) >  $F$  tabel (3,05), dan nilai signifikansi (0,001) <  $\alpha$  (0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa antara variabel orientasi pasar ( $X_1$ ), keunggulan bersaing ( $X_2$ ), dan inovasi produk ( $X_3$ ) terdapat pengaruh secara simultan sebesar 27,6% terhadap kinerja pemasaran ( $Y$ ). Sedangkan sisanya 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Strategi dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha konveksi bervariasi diantaranya melalui orientasi pasar, yang berarti pemilik usaha memperhatikan pelanggan dan pesaing. Pelanggandan pesaing memberikan dampak yang signifikan pada kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing yang perlu diperhatikan oleh pemilik usaha yaitu produk dengan ciri khas atau keunikan tersendiri yang menjadi pembeda dengan pihak kompetitor namun dengan harga terjangkau. Pemilik usaha konveksi tetap harus memiliki inovasi produk dengan keunggulan produk yang dimiliki sehingga akan mempengaruhi daya jual tinggi pada usaha konveksi tersebut

## B. Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyampaikan berbagai saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, sebagai berikut.

1. Bagi pemilik usaha konveksi di Pekalongan perlu adanya saran dari penelitian yang telah dilaksanakan. Yaitu pemilik hendaknya mampu memfokuskan pada kebutuhan pelanggan dan pesaing. Selain itu, hendaknya pemilik usaha dapat meningkatkan inovasi produk dan harga agar dapat bersaing dengan kompetitor.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu adanya saran dari penelitian yang telah dilaksanakan. Pertama, diharapkan melakukan penelitian dengan menambahkan dan mengembangkan variabel lain atau mengganti indikator di setiap variabel penelitian yang diambil secara khusus yang di spesifikasikan pada indikatornya. Kedua, hasil penelitian ini memungkinkan adanya penelitian yang akan dibuat selanjutnya dengan mengamati atau merubah objek penelitian dan memperluas jangkauan penelitian sehingga mampu menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya. Ketiga, diperbanyak referensi yang sepadan pada penelitian yang dibuat.



## DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Tri Siwi. 2019. *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*.

Jakarta: Mitra Wacana Media.

Alicia. 2023. “Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Proaktif Terhadap Kinerja Ekspor Dengan Kapabilitas Pasar Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM Orientasi Ekspor Di Surabaya.” Universitas Dinamika.

Amin, Miftakhul, Sudarwati Sudarwati, dan Siti Maryam. 2019. “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan.” *Jurnal Ilmiah Edunomika* 3(02): 501–10.

Aprizal. 2018. *Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing*. Makassar.

Celebes Media Perkasa.

Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Elwisam, Elwisam, dan Rahayu Lestari. 2019. “Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(2): 277–86.

Ghozali, Imam. 2015. *Metode Riset*. 5 ed. Semarang: UNDIP Publisher.

———. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*

SPSS.Edisi Semb. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ismayani, Ade. 2019. *Metodologi Penelitian*. Aceh: Syiah Kuala UniversityPress.

Karinda, Melanie V A et al. 2018. “Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt.Telkom Area Tomohon.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(3): 1568–77.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

———. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Erlangga.

Melanie, K. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt.Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntans*.

Miftakhul Amin, Sudarwati, & Siti Maryam. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(02), 501–510.

Pasar, Pengaruh Orientasi et al. 2022. “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Sentra Industri Gula Merah Kecamatan Kawunganten Kabupaten Cilacap).” *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 2(1): 2022.

Sampurno. 2010. *Manajemen Strategik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan*. 1 ed. Yogyakarta: BPFE.

- Slater, Stanley F, dan John C Narver. 1994. "Does Competitive Moderate The Orientation Performance Relationship?" *Journal of Marketing* 1:46–55.
- Soewandi. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, CV.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sujarweni, Wiratna. V. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Caps.
- Syifa, F L. 2020. 0 Skripsi Program Sarjana Ekonomi. Fakultas Ekonomi ... *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada UMKM Makanan dan* ...  
Tambunan, Tulus. 2012. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Tjiptono, Fendy. 2011. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wachjuni. 2014. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing." *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Volume 2 Nomor 1 2*: 1–23.
- Wahyu Purnomo. 2014. "Industri Knalpot ( Studi Pada Home Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga).":1–59.  
[http://eprints.undip.ac.id/43654/1/09\\_AJI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/43654/1/09_AJI.pdf).
- Wahyudi, Setyo Tri. 2016. *Konsep dan penerapan ekonometrika*

*menggunakan e-views.* ed. Rajawali Press. Jakarta.

Wening, Sri, dan Sicilia Savitri. 1994. *Dasar Pengelolaan Usaha Busana.* Yogyakarta: FPTK IKIP.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS

1. Nama : Muhammad Ilham Jaza
2. Tempat, Tanggal lahir : Pekalongan, 02 Maret 2000
3. Agama : Islam
4. Alamat : Jl. Raya Sidorejo RT 06 RW 02 No.  
43 Desa Sidorejo, Kecamatan  
Tirto, Kabupaten Pekalongan
5. Nomor Handphones : 089670115476
6. Email : [ilhamjaza69@gmail.com](mailto:ilhamjaza69@gmail.com)
7. Nama Ayah : Ahmad Rofiq
8. Pekerjaan : Wiraswasta
9. Nama Ibu : Siti Muniroh
10. Pekerjaan : PNS
11. Saudara Kandung : Wilda Meutia Syahputri, Alya  
Maulaya ulfa, dan Muhammad  
ElvanSyahreza

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MI Sidorejo
2. SMP : MTS NU Tirto
3. SMA : MA AL ASROR Semarang

Pekalongan, 01 Agustus 2024

Penulis,