

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI  
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KINERJA  
PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING  
(Studi Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**MINHATIS SA'ADAH**

**NIM: 4119242**

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

**2023**

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI  
PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KINERJA  
PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING (Studi  
Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**MINHATIS SA'ADAH**

**NIM: 4119242**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Minhatis Sa'adah  
NIM : 4119242  
Judul Skripsi : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**

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, 29 September 2023  
Yang Menyatakan,



Minhatis Sa'adah

## NOTA PEMBIMBING

Muhammad Taufiq Abadi, M.M.  
Jl. Pahlawan No.52 Kajen Kabupaten Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Minhatis Sa'adah

Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **Minhatis Sa'adah**  
NIM : **4119242**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**

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

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 29 September 2023  
Pembimbing,



**Muhammad Taufiq Abadi, M.M.**  
19910828 201903 1 007



**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Minhatis Sa'adah**  
NIM : **4119242**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**  
Dosen Pembimbing : **Muhammad Taufiq Abadi, M.M.**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 17 Oktober 2023 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

se

Penguji I Dewan Penguji Penguji II

**Tsalis Syaifuddin, M.Si.**  
NIP. 198708032018011002

**Bahtiar Effendi, M.E.**  
NIP. 198510012019081001

Pekalongan, 29 Oktober 2023  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## **MOTTO**

*“Akehno anggonmu nyukuri nikmat supoyo lali carane sambat”*

-Semar



## 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 dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua dan kedua saudara kandung saya yang senantiasa mendoakan dan mendukung baik secara moril maupun materil.
2. Keluarga, terkhusus saudara sepupu saya yang telah memberikan bantuan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Almameter saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Taufiq Abadi, M.M. yang selalu membimbing saya dengan sabar dan ikhlas.
5. Ibu Ria Anisatus Sholihah, S.E, M.S.A selaku dosen wali yang selalu mengarahkan dari awal perkuliahan.
6. Sahabat-sahabat saya yang senantiasa mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

## ABSTRAK

### **MINHATIS SA'ADAH. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Kafe di Pantai Sigandu Batang)**

Objek wisata Pantai Sigandu Batang dimanfaatkan pelaku usaha untuk membuka usaha kafe. Pelaku usaha memerlukan upaya untuk mempertahankan bisnis di tengah persaingan dengan cara meningkatkan kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran dapat dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan promosi serta keunggulan bersaing.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan kuesioner. Teknik sampling menggunakan *Total sampling* dengan 74 sampel. Penelitian ini menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam hipotesis yang positif dan signifikan antara lain pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, pengaruh promosi terhadap keunggulan bersaing, pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran, pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing, pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing. Sedangkan hipotesis yang ditolak berjumlah empat, yaitu inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran, promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran, inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing.

**Kata Kunci:** Kinerja pemasaran, Keunggulan bersaing, Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk, Promosi



## **ABSTRACT**

### **MINHATIS SA'ADAH, The influence of Entrepreneurial Orientation, Product Innovation and Promotion on Marketing Performance through Competitive Advantage (Case Study of Cafes on Sigandu Beach, Batang)**

The Sigandu Beach, Batang tourist attraction is being used by business people to open culinary businesses. Businessman need efforts to maintain their business amidst competition by improving marketing performance. Marketing performance can be influenced by entrepreneurial orientation, product innovation, promotion and competitive advantage.

This research is a type of quantitative research. The data collection method used was a questionnaire. The sampling technique uses total sampling with 74 samples. This research uses the Partial Least Square (PLS) analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software.

The results of the research show that there are six positive and significant hypotheses, including the influence of entrepreneurial orientation on competitive advantage, the influence of promotion on competitive advantage, the influence of product innovation on marketing performance, the influence of competitive advantage on marketing performance, the influence of entrepreneurial orientation on marketing performance through competitive advantage, the influence of promotions on marketing performance through competitive advantage. Meanwhile, four hypotheses were rejected, namely product innovation had a negative and insignificant effect on competitive advantage, entrepreneurial orientation had a positive but not significant effect on marketing performance, promotion had a positive but not significant effect on marketing performance, product innovation had a negative and insignificant effect on marketing performance. through competitive advantage.

**Keywords:** Marketing performance, competitive advantage, entrepreneurial orientation, product innovation, promotion

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zaenal Mustaqim, M. Ag selaku Rektor UIN KH. 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 Muhammad Aris Safi'i, MEI selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Muhammad Taufiq Abadi, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Ria Anisatus Sholihah, S.E, M.S.A selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staf.
8. Kedua orang tua dan kedua saudara yang selalu memberikan doa dan dukungan.
9. Saudara sepupu dan sahabat-sahabat saya yang telah mambantu penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

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

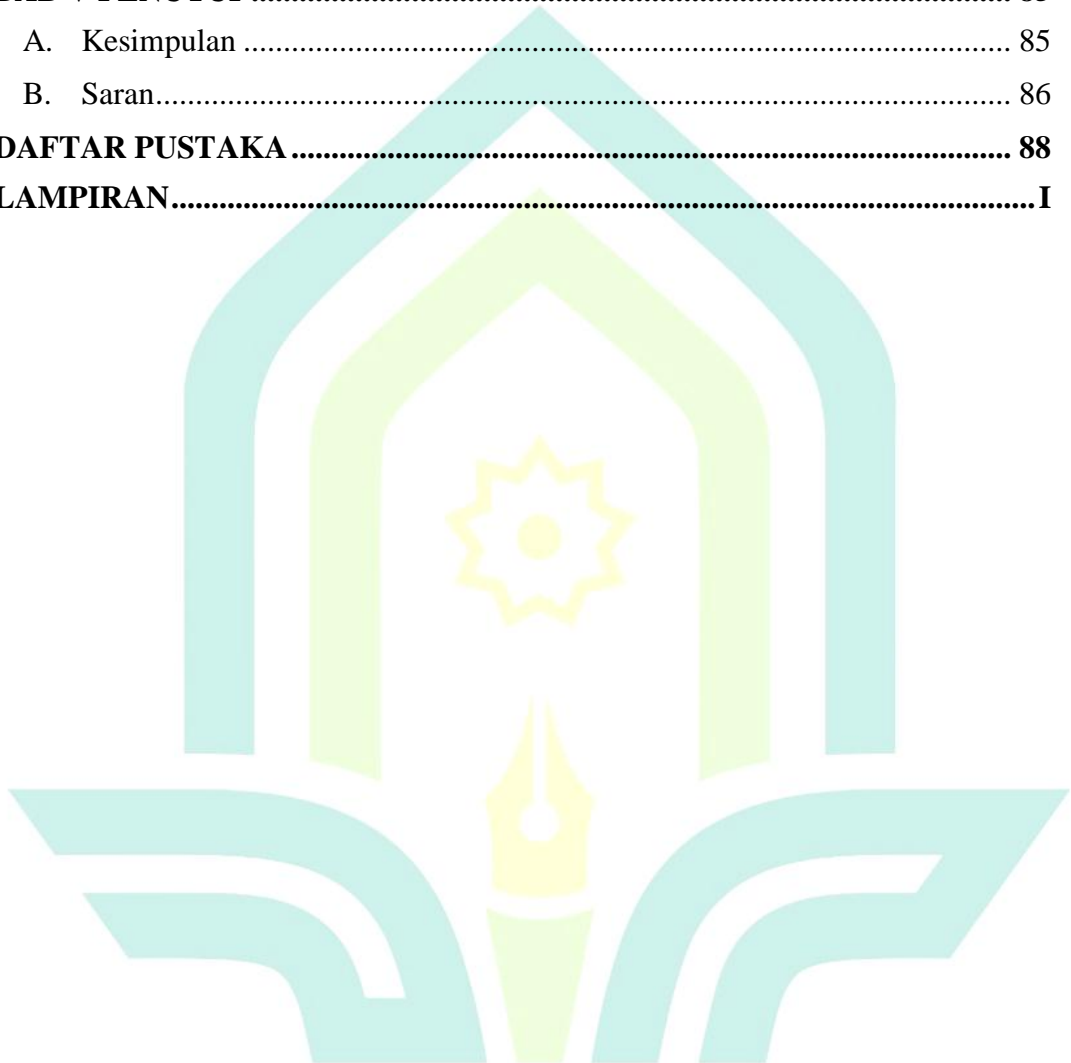
Pekalongan, 24 September 2023



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
B. Telaah Pustaka .....	20
C. Kerangka Berpikir.....	26
D. Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Jenis dan pendekatan penelitian .....	35
B. <i>Setting</i> penelitian.....	35
C. Populasi dan sampel penelitian .....	35
D. Variabel penelitian .....	36
E. Sumber Data.....	38

F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Analisis Deskripsi .....	43
B. Analisis Data .....	57
C. Pembahasan.....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab – Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1977 dan No.0543 b/U/1987.

### 1. Konsonan

Berikut daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan 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	Ẓa	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
ی	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

### 1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal dilambangkan dengan tanda dan harkat.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

### 2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dilambangkan dengan gabungan antara harkat dan huruf.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َـِ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
َـِو	Fathah dan wau	Au	a dan u

## 3. Maddah (Vokal Panjang)

Dilambangkan dengan harkat dan huruf, ditransliterasikan dengan huruf dan tanda.

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َ...ي...ا	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ِ...ي...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
ُ...و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

## 4. Ta'marbutah

### 1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

Contoh: **رَوْضَةُ** ditulis **raudah al-aṭfāl**.

### 2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

### 3) Jika pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رة المنور المدينة ditulis al-Madīnah al-Munawwarah  
طلحة di tulis talḥah

## 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: رَبَّانَا ditulis rabbanā,  
الْبِرِّ ditulis al-birr  
نَزَّلَ ditulis nazalla

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال namun dalam trnasliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qomariyah.

### 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyah

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf/1/diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2) Kata sandang yang diikuti dengan huruf qomariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

### 3) Baik huruf Syamsiyah dan Qomariyah kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dibandingkan dengan tanda sempang.

Contoh: الرَّجُلُ - ar-rajulu  
السَّيِّدُ - as-syyidu  
الشَّمْسُ - as-syamsu

## 7. Hamzah

Transliterasi hamzah dengan apostrof hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi



dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	ditulis ta'khuzūna,	إِنَّ	ditulis inna
شَيْءٌ	ditulis syai'un	أَكَلٌ	ditulis akala

## 8. 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: **إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ** – Ibrahim al-Khalil -> Ibrahimul-Khalil

## 9. Huruf Kapital

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

Contoh:

**الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ** – Alhamdulillahirabbil al-'alamin ->  
Alhamdulillahirabbil'amin  
**وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ** - wa ma muhammadun illa rasul

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: **لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا** – Lillahi al-amrujami'an -> Lillahi amrujami'an

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Destinasi Wisata Batang .....	1
Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	20
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	37
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Agama .....	45
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat Pemilik .....	46
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	47
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	48
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/bulan .....	48
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel X1 .....	49
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel X2 .....	50
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel X3 .....	52
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Y .....	54
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Z.....	55
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif .....	57
Tabel 4.15 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Sebelum Outlier .....	60
Tabel 4.16 Validitas dan Reliabilitas Konstruk Setelah Outlier .....	62
Tabel 4.18 Cross Loading .....	64
Tabel 4.17 Fornell-Larcker .....	64
Tabel 4.19 Nilai R Square.....	65
Tabel 4.20 Direct Effect.....	67
Tabel 4.21 Indirect Effect .....	68
Tabel 4.22 Uji Hipotesis .....	69

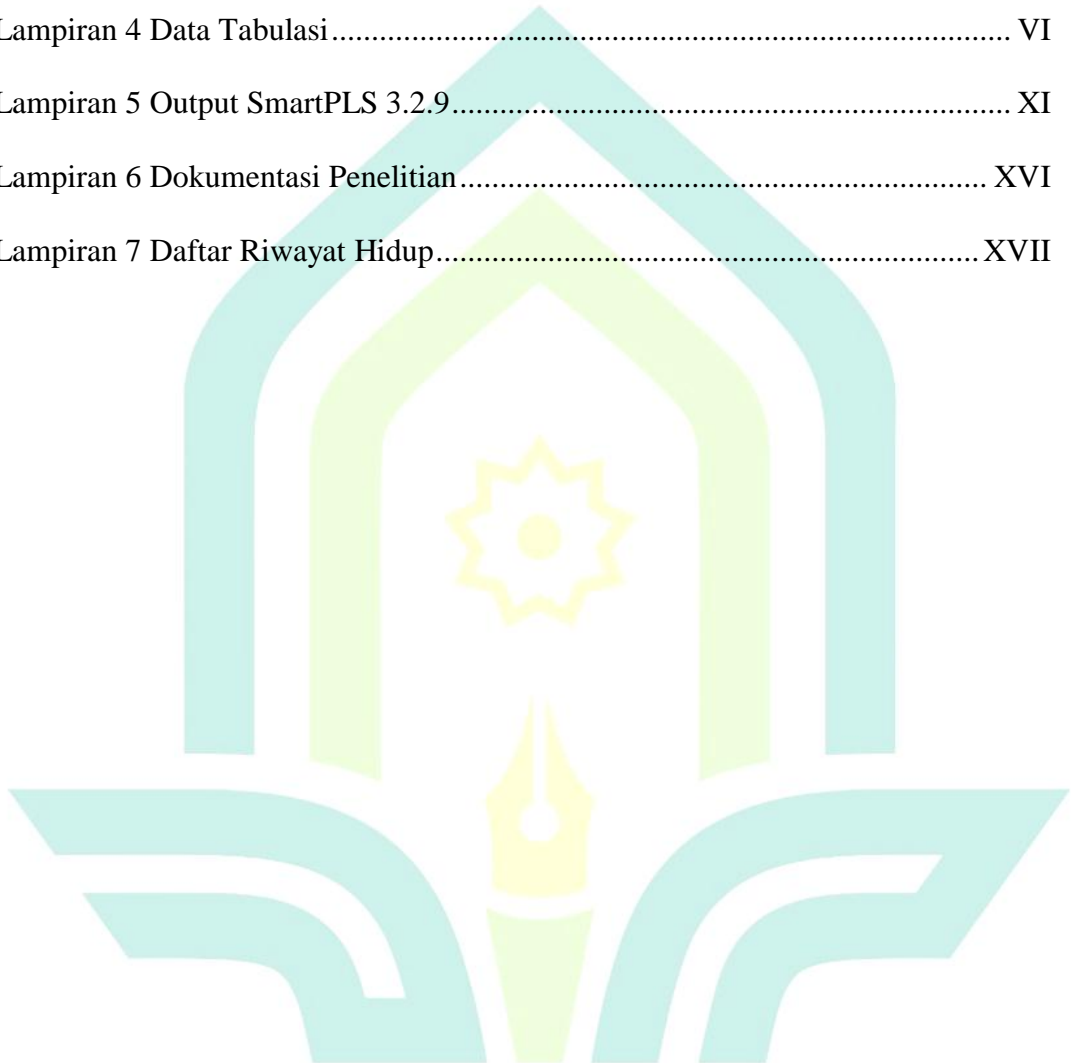
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Kafe di Pantai Sigandu-Depok.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	27
Gambar 4.1 Outer Model sebelum Outlier.....	60
Gambar 4.2 Outer Model setelah Outlier.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian.....	II
Lampiran 3 Kuesioner.....	III
Lampiran 4 Data Tabulasi.....	VI
Lampiran 5 Output SmartPLS 3.2.9.....	XI
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	XVI
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	XVII



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Potensi yang dimiliki setiap daerah berbeda. Jika potensi tersebut dikembangkan dapat menjadi upaya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena potensi daerah merupakan suatu kekuatan, kemampuan, atau kelebihan yang dimiliki daerah tersebut (Nugroho & Suprpto, 2021). Kondisi geografis suatu daerah dapat dijadikan sebagai potensi daerah. Kabupaten Batang menjadi daerah yang letak geografisnya dapat menjadi potensi daerah yang dapat dikembangkan.

Kabupaten Batang adalah suatu daerah yang termasuk ke dalam kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kondisi wilayahnya terdiri dari kombinasi dataran rendah (pantai) dan dataran tinggi (pegunungan). Posisi tersebut menyebabkan Kabupaten Batang memiliki kekuatan besar dalam mengembangkan destinasi wisata yang dimilikinya (Batangkab.go.id, 2016). Berikut destinasi wisata yang berada di Kabupaten Batang antara lain:

Tabel 1.1 Destinasi Wisata Batang

No.	Nama Wisata	Jenis Wisata
1.	Kembang Langit Park	Wisata alam
2.	Sikembang Park	Wisata alam
3.	Patitie	Wisata alam
4.	Pantai Ujung Negoro	Wisata alam
5.	Pemandian air hangat Sangubanyu	Wisata alam
6.	Pantai Safari Jateng	Wisata alam
7.	Sungai Pandansari	Wisata rekreasi
8.	Pantai Sigandu	Wisataalam

No.	Nama Wisata	Jenis Wisata
9.	Pantai Jodo	Wisata alam
10.	Pantai Celong	Wisata alam
11.	Agrowisata Pagilaran	Wisata agro
12.	Taman hiburan rakyat Kramat	Wisata rekreasi
13.	Wisata Agro Selopajang Timur (WAST)	Wisata agro
14.	Bandar EcoPark	Wisata rekreasi

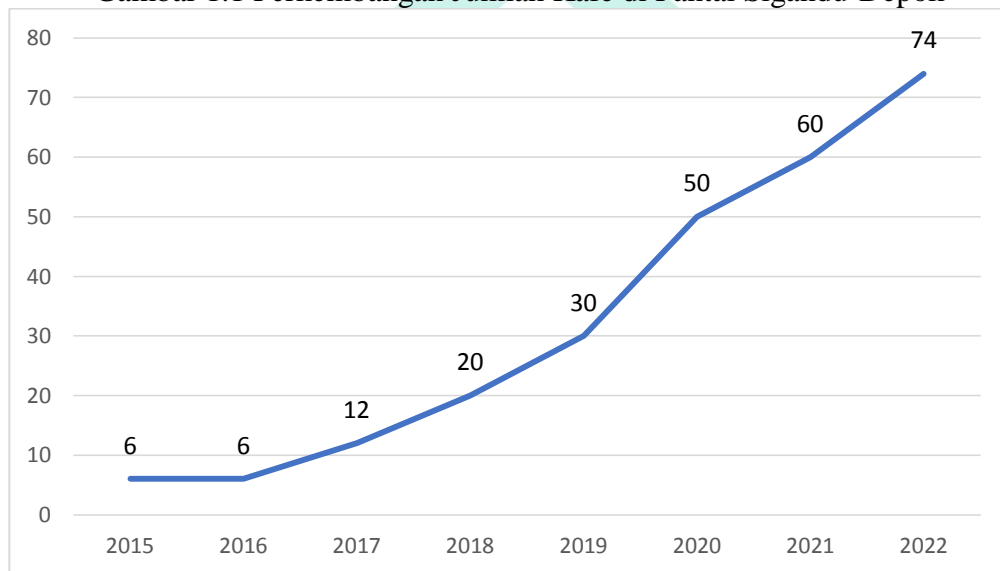
Sumber: (VisitJawaTengah, 2023)

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa Kabupaten Batang memiliki beragam destinasi wisata baik di pantai maupun pegunungan. Beragamnya destinasi wisata tersebut dapat menarik wisatawan untuk berkunjung di Kabupaten Batang. Destinasi wisata tersebut juga dimanfaatkan masyarakat untuk membuka usaha seperti usaha kafe sekitar Pantai Sigandu, Pantai Ujungnegoro, dan Pantai Jodo (Rahmawati, 2021). Hal tersebut menambah antusias wisatawan untuk datang berkunjung.

Pengunjung di Pantai Sigandu Batang sering mengalami fluktuasi. Tahun 2016-2018 Pantai Sigandu memiliki pengunjung terbanyak dan pada tahun 2019 mengalami penurunan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang, 2020). Ketua Paguyuban Pantai Sigandu di Desa Depok Bapak Musakhaeni mengatakan pantai kembali ramai saat Covid-19 dan *new normal*. Pada tahun 2022, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Batang menyebutkan ramainya pengunjung menyebabkan Pantai Sigandu menjadi destinasi wisata yang menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) tertinggi di sektor pariwisata. Setelah kondisi kondusif, Pantai Sigandu mengalami keramaian pada even-even tertentu.

Pantai Sigandu menjadi destinasi wisata yang dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar Pantai Sigandu khususnya di Desa Depok, Kecamatan Kandeman. Salah satu caranya dengan membuka usaha dengan konsep kafe dan mini kafe di sekitar pantai (Fadli, 2020). Perkembangan jumlah kafe di sepanjang Pantai Sigandu dari tahun pertahun pun semakin bertambah.

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Kafe di Pantai Sigandu-Depok



Sumber: Ketua Paguyuban Pantai Sigandu-Depok (2023)

Pada gambar 1.1 terlihat pada tahun 2015 hanya terdapat 6 kafe saja. Kemudian mulai bertambah pada tahun 2017. Data terakhir jumlah kafe tahun 2022 sudah mencapai angka 74 kafe. Usaha-usaha kafe yang berjejer di menjadi tempat singgah wisatawan yang berkunjung di Pantai Sigandu Batang.

Pelaku usaha di Pantai Sigandu yang telah bertahan beberapa tahun artinya telah memiliki strategi pemasarannya. Namun, keuntungan yang didapatkan tidak mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Dengan

peningkatan kinerja pemasaran akan memperluas pangsa pasar dan pelanggan serta dapat menambah keuntungan.

Kinerja pemasaran dijadikan sebagai konsep untuk mengevaluasi strategi yang dimiliki perusahaan (Yuliza et al., 2022). Kinerja pemasaran ini menjadi penilaian pemasaran suatu usaha sehingga dibutuhkan bagi setiap pelaku usaha untuk bahan evaluasi. Semakin meningkatnya kinerja pemasaran maka prestasi perusahaan tersebut semakin bagus.

Sebuah usaha akan lebih unggul dari pesaingnya jika dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Keunggulan bersaing akan membangun efisiensi dan kemampuan operasional lebih baik atau efektif dari kompetitor (Nizam et al., 2020). Saiman menyatakan harapan sebuah usaha adalah untuk mempertahankan bisnisnya, mendapatkan kepuasan pelanggan, keuntungan sesuai target, dan pangsa pasar yang meningkat. Keunggulan bersaing dapat dijadikan sebagai upaya untuk mewujudkan harapan agar bisnis tetap berjalan (Rompis et al., 2022). Dalam penelitian Prabawati dan Handayani keunggulan bersaing dapat dijadikan variabel mediasi dalam meningkatkan kinerja pemasaran (Prabawati & Handayani, 2019).

Untuk memilih strategi peningkatan kinerja pemasaran yang tepat perlu adanya pemikiran yang matang dari pelaku usaha. Pelaku usaha ini menjadi kepala yang menentukan segala sesuatu yang berkaitan dengan perusahaan. Arah gerak usaha yang bagus membutuhkan orientasi kewirausahaan. Kepala perusahaan yang mempunyai orientasi kewirausahaan tinggi akan



memunculkan peluang-peluang yang menghasilkan keuntungan, dengan begitu dapat berpengaruh pada kinerja usaha (Hamel & Wijaya, 2020).

Inovasi produk diperlukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Permintaan pelanggan dan sesuatu yang dibutuhkan serta diinginkan pelanggan bersifat fluktuatif dari waktu ke waktu maka diperlukan inovasi produk agar usaha yang dilakukan tetap ramai pelanggan (Sisca et al., 2021). Banyaknya bisnis menyebabkan muncul produk-produk yang sama. Inovasi produk perlu dilakukan agar produk yang dijual terlihat lebih menarik dibandingkan produk yang dijual oleh pesaing. Inovasi produk juga dapat meminimalisir rasa bosan konsumen. Ketertarikan target pelanggan terhadap inovasi produk sebuah perusahaan membuat target berkeinginan untuk memilih produk tersebut untuk dibeli.

Promosi menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Tingkah laku dan sikap masyarakat dapat berubah dengan dilakukannya promosi. Masyarakat yang awalnya tidak mengetahui produk dengan dilakukan promosi masyarakat akan mengenalnya. Calon pembeli yang memiliki daya beli akan muncul kesadaran terkait produk dan mengenal produk sehingga tertarik untuk membeli produk yang telah dikenalnya (Asnawati, 2021). Semakin banyak masyarakat yang mengetahui kelebihan produk, semakin banyak pula masyarakat akan memilih produk tersebut untuk dibeli, dengan begitu kinerja pemasaran akan meningkat.

Beberapa penelitian terdahulu terkait meningkatkan kinerja pemasaran antara lain penelitian Nizam dkk, orientasi kewirausahaan dapat menjadi upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi, kinerja pemasaran pun akan semakin meningkat (Nizam et al., 2020). Menurut Aulia dkk, orientasi kewirausahaan tidak mempengaruhi secara signifikan kinerja pemasaran pelaku UMKM Kafe. Hal ini disebabkan objek penelitian belum menerapkan orientasi kewirausahaan secara maksimal sehingga kinerja pemasaran tidak terlalu signifikan dipengaruhi orientasi kewirausahaan (Aulia et al., 2019).

Alamsyah dkk, di dalam penelitiannya menyatakan inovasi produk mampu mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM (Alamsyah et al., 2022). Penelitian dari Prabawati dan Handayani sepakat tentang peningkatan kinerja pemasaran dipengaruhi oleh inovasi produk. Pelanggan lebih tertarik membeli kue yang memiliki inovasi berupa bentuk maupun ukuran sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Kecamatan Kaliwates (Prabawati & Handayani, 2019). Namun penelitian Bachtiar menyimpulkan bahwa inovasi produk tidak dapat mempengaruhi kinerja pemasaran (Bachtiar, 2020).

Promosi dilakukan sebagai upaya peningkatan penjualan (Tirtayasa & Daulay, 2021). Peningkatan penjualan berarti volume penjualan meningkat dan kinerja pemasaran pun meningkat. Penelitian Tirtayasa dan Daulay pada IKM sektor konstruksi bengkel las menyimpulkan promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Menurut penelitian Hayati dkk menyimpulkan kinerja

pemasaran UMKM Kecamatan Sukmajaya Kota Depok tidak dipengaruhi oleh promosi (Hayati et al., 2021).

Berdasarkan fenomena dan perbedaan kesimpulan dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan, menjadikan alasan peneliti untuk meneliti topik penelitian dengan judul **"Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Kafe di Pantai Sigandu Batang"**

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
5. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
6. Apakah promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?

7. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
8. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
9. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?
10. Apakah promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu?

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan masalah terdapat pada variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan promosi serta keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. Variabel-variabel tersebut dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Kemudian batasan masalah lainnya terdapat di tempat penelitian. Tempat penelitian yang digunakan adalah pinggir pantai Sigandu tepatnya di Desa Depok, Kecamatan Kandeman, Kabupaten Batang.

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- b. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.

- c. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keunggulan bersaing pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- d. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- e. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- f. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- g. Menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- h. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- i. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.
- j. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing sebagai variabel intervening pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat antara lain:

### a. Bagi kalangan akademis ekonomi

Penelitian ini dijadikan rujukan atau bahan penelitian bagi yang akan melakukan penelitian sejenis dan dapat menjadi tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan terkait pemasaran.

### b. Bagi pengusaha

Penelitian bermanfaat untuk dijadikan masukkan dalam penyelesaian masalah dan bahan pertimbangan dalam membuat sebuah kebijakan terkait kinerja pemasaran.

### c. Bagi peneliti

Menambah pengalaman baru dalam hal perencanaan, proses, sampai akhir penelitian. Selain itu, penelitian yang dilakukan dapat menambah pengetahuan dan dapat memperluas wawasan yang dimiliki peneliti khususnya terkait tentang topik yang diteliti.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Pembuatan sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi bertujuan agar penelitian tersusun secara sistematis dan tidak keluar dari topik penelitian.

Untuk itu, sistematika pembahasan akan dipaparkan di bawah ini:

**BAB I PENDAHULUAN.** Pendahuluan berisi latar belakang masalah. Latar belakang memaparkan masalah yang ditemukan peneliti seperti fenomena munculnya banyak pelaku usaha di Pantai Sigandu dan beberapa gap dari penelitian terdahulu. Dari uraian latar belakang tersebut akan disusun

rumusan masalah penelitian. Berikutnya dijelaskan batasan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI.** Di dalamnya terdiri landasan teori yang menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian dengan didukung referensi-referensi terdahulu. Setelah itu, dibuat hipotesis sebagai dugaan atau jawaban sementara.

**BAB III METODE PENELITIAN.** Bagian ini berisi rancangan atau metode-metode untuk proses penelitian. Beberapa poin yang terdapat dalam metode antara lain jenis dan pendekatan, waktu dan lokasi, populasi dan sampel, variabel, sumber data, dan pengolahan data yang akan diaplikasikan dalam penelitian.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.** Bagian ini memaparkan terkait hasil beserta interpretasi sesuai metode dan analisis data yang digunakan. Bagian ini akan diketahui jawaban hipotesis bagaimana masing-masing variabel eksogen (X) dan variabel intervening (Z) mempengaruhi variabel endogen (Y) secara langsung maupun tidak langsung kemudian diinterpretasikan sehingga dapat menjawab rumusan masalahnya.

**BAB V PENUTUP.** Bab akhir dalam penulisan skripsi adalah penutup. Berisi kesimpulan penelitian serta saran sebagai upaya perbaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan promosi terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing. Berdasarkan penelitian, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
2. Hasil pengujian menunjukkan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.



6. Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
7. Hasil pengujian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
8. Hasil pengujian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
9. Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.
10. Hasil pengujian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada pelaku usaha kafe di Pantai Sigandu Batang.

## **B. Saran**

Beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagi pelaku usaha, berdasarkan hasil penelitian diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan promosi sesuai selera masyarakat serta harus menambah pengetahuan terkait teknologi masa kini agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu menambah objek penelitian tidak terbatas hanya pada Pantai Sigandu Batang saja. Akan tetapi dapat memperluas objek seperti pelaku usaha dibidang lainnya baik di pantai maupun objek wisata lainnya. Kemudian dalam melakukan penilaian diharapkan dapat mengembangkan indikator setiap variabel agar menjadi alat ukur yang lebih sesuai dengan karakteristik responden.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. N., Sunarya, E., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022). Analysis of Product Innovation And Social Media Marketing To Improve Performance Analisis Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4). <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Asmoro, A. A. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64.
- Asnawati. (2021). *KEWIRAUSAHAAN: Teori dan Contoh-Contoh Rencana Bisnis*. CV Literasi Nusantara Abadi. [https://books.google.co.id/books?id=4Ks\\_EAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=4Ks_EAAAQBAJ)
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Bachtiar, F. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)*, 10(1).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang. (2020). *Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Menurut Tempat dan Bulan di Kabupaten Batang, 2019*. <https://batangkab.bps.go.id/statictable/2020/05/26/265/jumlah-pengunjung-obyek-wisata-menurut-tempat-dan-bulan-di-kabupaten-batang-2019-.html>
- Batangkab.go.id. (2016). *Letak Geografis*. <https://profil.batangkab.go.id/?p=2&id=2>
- Batu, G., Sumberejo, K., Tanggamus, K., Meli Agustina, L., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Dusun. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* (Vol. 3, Issue 1).
- Bunyamin, S. E. M. S. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN*. CV Literasi Nusantara Abadi. <https://books.google.co.id/books?id=ybZQEAAAQBAJ>
- Burhanudin. (2018). *Pengaruh Modal Intelektual, Keputusan Pendanaan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Damayanti, N. C. (2018). *Analisis Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening*.

- Dewi, D. R., Nuswantara, D. A., Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). *UPAYA PENINGKATAN KEUNGGULAN BERSAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA MEDAN DI MASA PANDEMI COVID 19*.
- Dewi, L. K. C., Wardana, I. M., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2021). *Entrepreneurial Marketing, Customer Relationship Marketing, Inovasi Produk, dan Daya Saing UKM: Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian*. Media Sains Indonesia.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Ernawati, S., & Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 112–119.
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 1–15.
- Fadli, R. (2020). *Puluhan Kafe Baru Bermunculan di Pantai Sigandu Artikel ini telah terbit di : <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/batang/2020/10/28/puluhan-kafe-baru-bermunculan-di-pantai-sigandu/> Copyright © RADARSEMARANG.ID. Radarsemarang.Id. <https://radarsemarang.jawapos.com/berita/jateng/batang/2020/10/28/puluhan-kafe-baru-bermunculan-di-pantai-sigandu/>*
- Fauzi, R., Bernadin Dwi Mardiatmi, A., & Handayani, T. (2021). *ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Vol. 2)*. [www.Topbrand-award.com](http://www.Topbrand-award.com)
- Fitria, N., Setiawan, T., & Azhmy, M. F. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Kualitas Produk Sebagai Moderasi Pada UKM Kuliner Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMINE)*, 02(03), 184–194. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien>
- Fitriyah, S., Dian Anggraeni, D., Studi Ilmu Pertanian Pascasarjana, P., Sultan Ageng Tirtayasa, U., Studi Agribisnis, P., & Pertanian, F. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Adaptasi Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kuliner Banten di Kota Serang. In *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa (Vol. 3, Issue 2)*.

- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 2). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4), 863–872.
- Hasani, M. R., Prathama, N. A., Vokasi, F. S., Diponegoro, U., Vokasi, F. S., & Diponegoro, U. (2022). *RISTEK : Jurnal Riset , Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang*. 6(2), 15–25.
- Hasibuan, N. R. (2022). *Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Pemasaran melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada UMKM Minumn Boba di Kec. Medan Timur*.
- Hayati, F. N., Muniroh, L., & Eldine, A. (2021). Pengaruh distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran (pada umkm tas kota depok kecamatan sukrajaya). *Achyar Eldine Jurnal Manager*, 4(1), 10–15. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>
- Hubtriyani, S., & Tamrin, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran melalui Dimensi dari Orientasi Pasar. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 217–228.
- Irawan, R., & Pawenang, S. (2022). *KINERJA PEMASARAN DITINJAU DARI KEUNGGULAN BERSAING, ORIENTASI PASAR DAN KEWIRAUSAHAAN (Studi Pada Sentra Industri Shuttlecock Kabupaten Sukoharjo)* (Vol. 06, Issue 01).
- Irawan, Wijaya, F., & Sudjoni. (2001). *Pemasaran prinsip dan kasus* (Edisi Kedu). BPFE.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneur*, 5(1), 33–48.
- Jumhur, A. A. (2020). *Keunggulan Bersaing Industri Kecil Menengah*. Scorpio Media Pustaka.
- Lestari, W. A., Budianto, A., Setiawan, I., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2020). *PPengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)*.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap

Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.

Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok “Liar”). *Jurnal MANajemen Dan Bisnis (JUMANIS)*, 02(01). <https://doi.org/10.47080>

Nst, A., Siregar, M. E., & Pitriyani, P. (2023). *Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage and Performance of MSME*. 14(225), 418–428. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i3.3494>.Article

Nugroho, R., & Suprpto, F. A. (2021). *Membangun Desa Wisata Bagian 2: Strategi Desa Wisata* (Edisi Digi). PT. Gramedia.

Nuha, M. S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Wuling di Kota Makassar dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening*. UIN Alauddin Makassar.

Nurmali, M., & Haloho, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada Cafe Rilek’s Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(1), 62–72.

Prabawati, A., & Handayani, M. (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kecamatan Kaliwates. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(2), 1–17.

Qohin, A. (2022). *Pribadi Insani: Manajemen Pengembangan Mutu SDM Berbasis Modal Spiritual*. Pandiva Buku. <https://books.google.co.id/books?id=4d-SEAAAQBAJ>

Rahmawati, F. (2021). *Kunjungan Wisatawan Capai 700.000 Orang, Kafe di Batang Ikut Dongkrak Pengunjung*. Ayosemarang.Com. <https://www.ayosemarang.com/regional/pr-77802576/Kunjungan-Wisatawan-Capai-700000-Orang-Kafe-di-Batang-Ikut-Dongkrak-Pengunjung>

Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). *Effect of entrepreneurship orientation, product innovation and competitive advantage on marketing performance (case study of wood craft business in tagulandang district, sitaro regency)*. 10(3), 447–457.

Saputra, M. H. (2022). *Meningkatkan Kinerja Pemasaran: : sebuah Pendekatan Business to Business*. CV. Bintang Semesta Media. <https://books.google.co.id/books?id=qxWtEAAAQBAJ>

- Sisca, S., Simarmata, H. M. P., Grace, E., Purba, B., Dewi, I. K., Silalahi, M., Fajrillah, F., Sudarso, A., Sudarmanto, E., & Simarmata, J. (2021). *Manajemen Inovasi*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=HV4XEAAAQBAJ>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19. *MANEGGIO (Jurnal Ilmiah Magister Manajemen)*, 4(1), 106–122. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6712>
- VisitJawaTengah. (2023). *Destinasi Wisata*. <https://visitjawatengah.jatengprov.go.id/id/regency/kabupaten-batang/destinasi-wisata/page/2>
- Wayan Rosita Sari, P. H. S., & Putu Atim Purwaningrat. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Usaha .... *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(4), 933–944. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/40691>
- Widiatmo, G., & Retnawati, B. B. (2019). Peran orientasi kewirausahaan dan sumber daya perusahaan terhadap keunggulan bersaing pada umkm mekarsari mandiri semarang. *Journal of Business & Applied Management*, 12(2), 117–130.
- Yuliza, M., Alhempri, R. R., & Anggraini, N. (2022). *KINERJA PEMASARAN INDUSTRI KECIL MENENGAH*. CV Pena Persada. <https://books.google.co.id/books?id=RYaUEAAAQBAJ>
- Yunitasari, S. S. Y. S., & Anwar, M. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 160–170.
- Zhafran, F. (2021). *Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Operasional dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening pada UMKM Gudeg Yogyakarta*.

*Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup*

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**A. IDENTITAS**

1. Nama : Minhatis Sa'adah
2. Tempat tanggal lahir : Pekalongan, 12 Mei 2001
3. Alamat : Ketepeng RT. 12/RW. 04, Rowoyoso,  
Wonokerto, Kab. Pekalongan
4. Nomor *handphone* : 085600272223 (*WhatsApp*)
5. Email : [Minhatissa@gmail.com](mailto:Minhatissa@gmail.com)
6. Nama ayah : Karnoto
7. Pekerjaan ayah : Buruh harian lepas
8. Nama ibu : Turanah
9. Pekerjaan ibu : Ibu rumah tangga

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD : SD N 01 Rowoyoso
2. SMP : SMP N 1 Wiradesa
3. SMA : SMA N 1 Wiradesa

Pekalongan, 09 September 2023



Minhatis Sa'adah