

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING JAMU
DI KAMPUNG JAMU BANJARBARU**



Oleh :

LUBBY LUKMAN

1710312610028

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

BANJARMASIN

2023

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING JAMU
DI KAMPUNG JAMU BANJARBARU**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

LUBBY LUKMAN

NIM. 1710312610028

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 20 Juni 2023 dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Pembimbing



Anna Nur Faidah, SE, M.Si
NIP. 1974092520003 1 001

Penguji I



Ahmad Rifani, SE, MM
19780705 200312 1 002

Penguji II



M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si
NIP. 19750913 200312 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Lubby Lukman
NIM : 1710312610028
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Digital
Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Jamu
Di Kampung Jamu Banjarbaru
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 20 Juni 2023

Tim Penguji

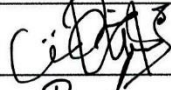


Pembimbing : Anna Nur Faidah, SE, M.Si (.....)
Penguji I : Ahmad Rifani, SE, MM (.....)
Penguji II : M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si (.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Lubby Lukman
NIM : 1710312610028
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Jamu Di Kampung Jamu Banjarbaru
Hari/Tanggal : Selasa, 20 Juni 2023
Tempat : Ruang Theater Mini
Waktu Ujian : 13.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji.

No	Nama	Keterangan	TTD
1.	<u>Anna Nur Faidah, SE, M.Si</u> NIP. 1974092520003 1 001	Pembimbing	
2.	<u>Ahmad Rifani, SE, MM</u> NIP. 19780705 200312 1 002	Penguji I	
3.	<u>M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si</u> NIP. 19750913 200312 1 001	Penguji II	

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji,

Banjarmasin, 14 Agustus 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si
NIP. 19730727 200112 2 001

Mahasiswa

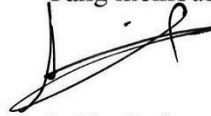


Lubby Lukman
NIM. 1710312610028

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidak benaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 08 Juni 2023
Yang membuat pernyataan,



Lubby Lukman
1710312610028

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat disusun hingga selesai. Adapun skripsi ini berjudul “*Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Jamu Di Kampung Jamu Banjarbaru*”. skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Atma Hayat, Drs.Ec., M.Si, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung mangkurat.
3. Ibu Anna Nur Faidah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyusun proposal skripsi ini sebaik mungkin.
4. Bapak Ahmad Rifani, SE, MM selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik.

5. Bapak M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
7. Kedua Orang tua, serta adik tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa yang tidak pernah berhenti selama menjalani pendidikan dan menyusun proposal skripsi ini.

Semoga dukungan dan bantuan yang diberikan memperoleh balasan yang paling baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan masukan dari pembaca sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk pembaca.

Banjarmasin20 juni.....2023



Lubby Lukman
NIM 1710312610028

ABSTRACTION

Lubby Lukman, 2023. The Influence of Product Innovation, Promotion, and Digital Marketing on Competitive Advantages of Jamu in Banjarbaru Jamu Village. Advisor: Anna Nur Faidah, SE, M.Si.

This research was conducted to analyze the Effect of Product Innovation, Promotion, and Digital Marketing on the Competitive Advantage of Jamu in Kampung Jamu Banjarbaru

This research method uses a quantitative approach with the type of research used is explanatory research and the type of research in this study is associative research. The population is UMKM Sasirangan Banjarmasin cloth with a purposive sampling technique and the sample of this study is 33 people. The research instrument used a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis, F test and T test and determination test.

The results showed that there is a partially significant effect of product innovation on the competitive advantage of herbal medicine in Kampung Jamu Banjarbaru. There is a partially significant promotion effect on the competitive advantage of herbal medicine in Kampung Jamu Banjarbaru. There is a partially significant effect of digital marketing on the competitive advantage of herbal medicine in Kampung Jamu Banjarbaru.

Based on the results of the research, it can be concluded that the influence of product innovation, promotion and digital marketing on competitive advantage must be able to make the herbal medicine business maintain its existence so that it is better known to many people. In addition, there is a need for further improvement in product form so that it can be more competitive with similar herbal medicine products.

Keywords: product innovation, promion, digital marketing to competitive advantage..

ABSTRAKSI

Lubby Lukman, 2023. *Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Jamu Di Kampung Jamu Banjarbaru*. Pembimbing: Anna Nur Faidah, SE, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Jamu Di Kampung Jamu Banjarbaru

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang dipakai adalah explanatory research dan Tipe penelitian pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi adalah UMKM Kain Sasirangan Banjarmasin dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan Sampel penelitian ini berjumlah 33 orang. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, uji F dan uji T dan uji determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat terdapat pengaruh inovasi produk secara parsial signifikan terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru. Terdapat pengaruh promosi secara parsial signifikan terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru. Terdapat pengaruh digital marketing secara parsial signifikan terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh inovasi produk, promosi, dan digital marketing terhadap keunggulan bersaing harus dapat membuat usaha jamu lebih mempertahankan eksistensinya agar lebih dikenal orang banyak. Selain itu perlu adanya peningkatan lebih baik lagi dalam bentuk produk agar dapat lebih bersaing dengan produk jamu sejenis.

Kata kunci: inovasi produk, promosi, digital marketing terhadap keunggulan bersaing.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACK.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Keunggulan Bersaing	19
2.1.1.1 Tujuan Keunggulan Bersaing	20
2.1.1.2 Strategi Keunggulan Bersaing	22
2.1.1.3 Demensi Keunggulan Bersaing	23
2.1.1.4 Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing	23
2.1.1.5 Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing	25
2.1.2 Inovasi Produk	25
2.1.2.1 Tujuan Inovasi Produk	28
2.1.2.2 Strategi Inovasi Produk.....	29
2.1.2.3 Dimensi Inovasi Produk.....	30
2.1.3 Promosi.....	31

2.1.3.1	Pengertian Promosi	31
2.1.3.2	Tujuan Promosi	31
2.1.3.3	Strategi Promosi	33
2.1.3.4	Dimensi Promosi	33
2.1.4	Digital Marketing	36
2.1.4.1	Tujuan Digital Marketing	39
2.1.4.2	Strategi Digital Marketing	41
2.1.4.3	Dimensi Digital Marketing	43
2.2	Keterkaitan Antar Variabel	46
2.2.1	Keterkaitan Antara Inovasi Produk Dengan Keunggulan Bersaing	46
2.2.2	Keterkaitan Antara Promosi Dengan Keunggulan Bersaing	47
2.2.3	Keterkaitan Antara Digital Marketing Dengan Keunggulan Bersaing	48
2.3	Penelitian Sebelumnya	50
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN		
3.1	Kerangka Konseptual	57
3.2	Hipotesis Penelitian	58
3.2.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (H ₁)	58
3.2.2	Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing (H ₂)	59
3.2.3	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (H ₃)	60
BAB IV METODE PENELITIAN		
4.1	Ruang Lingkup Penelitian	62
4.2	Jenis Penelitian	62
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian	63
4.4	Unit Analisis	63
4.5	Populasi dan Sampel	63

4.5.1	Populasi	63
4.5.2	Sampel	63
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	64
4.6.1	Variabel	64
4.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	65
4.7	Teknik Pengumpulan Data	69
4.8	Jenis Data.....	69
4.8.1	Data primer	69
4.8.2	Data sekunder	70
4.9	Skala Pengukuran	70
4.10	Uji Validitas dan Reabilitas	71
4.10.1	Uji Validitas	71
4.10.2	Uji Reliabilitas.....	72
4.11	Teknik Analisis Data.....	73
4.11.1	Analisis Regresi linear berganda	43
4.11.2	Uji Deskriptif.....	74
4.11.3	Analisis Skala Likert	76
4.11.4	Uji Asumsi Klasik	77
4.11.5	Uji Kelayakan Model (Uji F)	79
4.11.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
4.11.7	Uji Hipotesis (Uji t).....	80
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	81
5.1.1	Penggunaan Media Sosial	82
5.2	Hasil dan Analisis	83
5.2.1	Karakteristik Responden	83
5.2.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	87
5.2.3	Hasil Variabel Penelitian.....	90
5.2.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	97
5.2.5	Hasil Uji Hipotesis	102
5.3	Pembahasan	107

5.3.1	Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru	107
5.3.2	Pengaruh promosi terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru	108
5.3.3	Pengaruh digital marketing terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru	109
5.3.4	Pengaruh inovasi produk, promosi, dan digital marketing secara simulatan terhadap keunggulan bersaing jamu di Kampung Jamu Banjarbaru.	114
5.4	Implikasi Penelitian	117
5.4.1	Implikasi Teoritis	117
5.4.2	Implikasi Praktis	122
5.5	Keterbatasan Penelitian	122
BAB VI PENUTUP		
6.1	Kesimpulan.....	123
6.2	Saran-Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN.....		134

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah UKM di Kota Banjarbaru tahun 2022.....	2
Tabel 1.2	Nama Pelaku usaha Jamu di Kampung Pejabat	7
Tabel 1.3	Produk Jamu.....	9
Tabel 1.4	Penggunaan Media Sosial oleh Penjual Jamu Kampung Pejabat .	11
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	50
Tabel 4.1	Definisi Operasional	65
Tabel 4.2	Skor Item Instrumen	71
Tabel 4.3	Kategori Interpretasi Skor	75
Tabel 4.4	Tabel Indeks Likert	77
Tabel 5.1	Penggunaan Media Sosial oleh Penjual Jamu di Kampung Pejabat Banjarbaru.....	82
Tabel 5.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	83
Tabel 5.3	Karakteristik Usia Responden.....	84
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	84
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	85
Tabel 5.6	Karakteristik Status Pernikahan Responden	86
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Validitas.....	87
Tabel 5.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Inovasi Produk.....	89
Tabel 5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Promosi.....	89
Tabel 5.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Digital Marketing	89
Tabel 5.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Digital Marketing	90
Tabel 5.12	Distribusi Frekuensi Inovasi Produk.....	91
Tabel 5.13	Distribusi Frekuensi Promosi.....	92
Tabel 5.14	Distribusi Frekuensi Digital Marketing	94
Tabel 5.15	Distribusi Frekuensi keunggulan bersaing.....	96
Tabel 5.16	Kolmogrov-Smirnov One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test....	98
Tabel 5.17	Hasil Uji multikolinearitas.....	100
Tabel 5.18	Hasil uji Linearitas inovasi produk dengan keunggulan bersaing.....	101
Tabel 5.19	Hasil uji Linearitas promosi dengan keunggulan bersaing	101
Tabel 5.19	Hasil uji Linearitas promosi dengan keunggulan bersaing	102
Tabel 5.21	Hasil Uji Regresi linear berganda Atau Uji Pengaruh berganda 102	
Tabel 5.22	Hasil uji t.....	104
Tabel 5.23	Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	105
Tabel 5.24	Hasil Koefisien Determinasi	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 kerangka konseptual.....	57
Gambar 3.2 Garis Kontinum	75
Gambar 5.1 Scatterolit, Uji Heteroskedastisitas	99