

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN IMPLEMENTASI

DIGITAL MARKETING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

UMKM SASIRANGAN DI KAMPUNG SASIRANGAN BANJARMASIN



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Eva Wahyuni

NIM: 2010312320041

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2024

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN IMPLEMENTASI
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
UMKM SASIRANGAN DI KAMPUNG SASIRANGAN BANJARMASIN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**EVA WAHYUNI
NIM: 2010312320041**

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 15 Februari 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima**

Dosen Pembimbing



**Ahmad Rifani, SE, M.M
NIP. 197807052003121002**

Penguji I



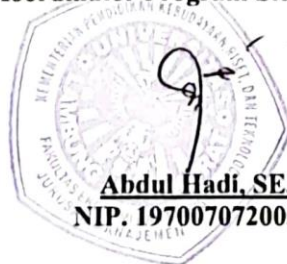
**Widvarfendhi, SE, M.Si
197611062005011002**

Penguji II



**M. Zainal Abidin, S.Sos, M.Si
197509132003121001**

**Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 197007072005011001**

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

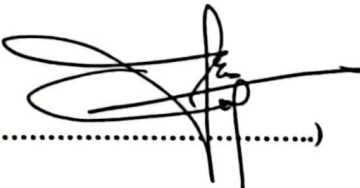
Nama : Eva Wahyuni
NIM : 2010312320041
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Implementasi Digital
Marketing terhadap Keberhasilan Usaha UMKM
Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 15 Februari 2024

Tim Penguji

Pembimbing : Ahmad Rifani, SE, M.M

()

Penguji I : Widyarfendhi, SE, M.Si

()

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 : Eva Wahyuni
NIM : 2010312320041
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Implementasi Digital Marketing terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Kamis/15 Februari 2024
Waktu Ujian : 09:00/11:00 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 19 Februari 2024
Mahasiswa



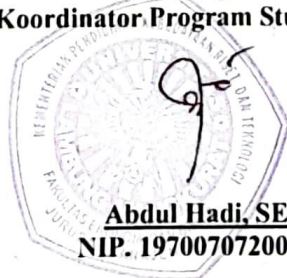
Eva Wahyuni
NIM. 2010312320041

Dosen Pembimbing



Ahmad Rifani, SE, M.M
NIP. 197807052003121002

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 197007072005011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidak benaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 19 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Eva Wahyuni

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur yang tak terhingga penulis haturkan kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Implementasi Digital Marketing terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari dalam proses penulisan skripsi ini ditemukan hambatan dan kendala. Adanya bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Ahmad Rifani, SE., MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan serta memberikan nasihat terutama sejak awal proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Widyar Fendhi, SE., M.Si. dan Bapak Muhammad Zainal Abidin, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji I dan II atas saran, arahan serta dukungan kepada penulis atas perbaikan pada skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat serta para staf jurusan Manajemen yang telah mendukung baik untuk kelancaran perkuliahan maupun kelancaran penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya tersayang, Ibu Suyatmi dan Bapak Wakidun yang memberikan dukungan baik secara moril maupun materil, selalu memberikan yang terbaik kepada saya dan senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, doa-doa terbaik, serta semangat terutama dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kaka saya Taufik Al-Wahyu, S.Pd, M.Pd yang telah memberikan dukungan, saran dan meluangkan waktu kepada penulis terutama pada saat penyusunan skripsi ini.
8. Kepada para responden UMKM Sasirangan yang telah meluangkan waktunya kepada penulis untuk bersedia memberikan tanggapan atas kuesioner yang diajukan.
9. Kepada seluruh teman-teman penulis yang telah bersama-sama melalui perkuliahan dengan berbagai kenangan, serta seluruh orang-orang baik dan tulus yang penulis temui baik saat perkuliahan maupun saat penyusunan skripsi.
10. Terakhir kepada diri saya sendiri, Eva Wahyuni atas segala kerja keras dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah senantiasa melakukan yang terbaik dengan usaha serta semangat pantang menyerah dalam segala proses.

Semoga dukungan dan bantuan yang diberikan memperoleh balasan yang terbaik dari Allah Swt. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berterima kasih apabila terdapat kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

ABSTRACT

Eva Wahyuni. The effect of Product Innovation and Digital Marketing Implementation on the Business Success of Sasirangan MSMEs in Sasirangan village, Banjarmasin. Advisor: Ahmad Rifani

This study investigates the influence of product innovation and digital marketing implementation on the business success of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Sasirangan Village, Banjarmasin. The primary goal is to analyze and determine the extent of the effects of these factors on the business success of Sasirangan Banjarmasin MSMEs.

The research involves 30 MSMEs owners in Sasirangan Village, Banjarmasin City, selected based on specific criteria aligned with the study objectives. The key objectives are twofold: (1) to assess the impact of product innovation on business success and (2) to examine the extent to which of digital marketing contributes to business success.

The study employs a non-probability sampling technique, specifically purposive sampling, to select a sample representative of the Sasirangan MSMEs owner population. Data collection involves direct observations and the distribution of questionnaires. The analysis utilizes multiple linear regression as the chosen statistical method.

The findings indicate a positive and statistically significant relationship between product innovation and business success. Moreover, the study reveals that the digital marketing has a positive and significantly influences the business success of Sasirangan MSMEs in Sasirangan Village Banjarmasin. This research contributes valuable insights into the factors shaping the business success of Sasirangan MSMEs and provides practical implications for enhancing product innovation and digital marketing strategies in similar contexts.

Keywords: *Product Innovation, Digital Marketing, Business Success.*

ABSTRAK

Eva Wahyuni. Pengaruh Inovasi Produk dan Implementasi Digital Marketing terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin. Pembimbing: Ahmad Rifani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan implementasi digital marketing terhadap keberhasilan usaha UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kampung Sasirangan Banjarmasin. Tujuan utamanya adalah untuk menganalisis dan menentukan sejauh mana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keberhasilan usaha UMKM Sasirangan Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan di Kampung Sasirangan, Kota Banjarmasin kepada 30 pemilik UMKM Sasirangan yang memiliki kriteria sesuai dengan penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui: (1) apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dan (2) apakah digital marketing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Populasi pada penelitian ini adalah pemilik UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin. Sampel diambil menggunakan teknik non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan pengamatan langsung serta membagikan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel inovasi produk terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin. Penelitian ini memberikan kontribusi wawasan yang berharga terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM Sasirangan Banjarmasin dan menyajikan implikasi praktis guna meningkatkan inovasi produk dan digital marketing dalam konteks yang serupa.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Digital Marketing, Keberhasilan Usaha.

DAFTAR ISI

	Hal
SKRIPSI.....	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Inovasi Produk	15
2.1.2 Digital Marketing	23
2.1.3 Keberhasilan Usaha	28
2.2 Pengaruh Antar Variabel	33

2.2.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha.....	33
2.2.2 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keberhasilan Usaha.....	35
2.3 Penelitian Sebelumnya	36
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	41
3.1 Kerangka Konseptual	41
3.2 Hipotesis Penelitian.....	43
BAB IV METODE PENELITIAN.....	46
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	46
4.2 Jenis Penelitian.....	46
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	46
4.4 Unit Analisis	47
4.5 Populasi dan Sampel	47
4.5.1 Populasi.....	47
4.5.2 Sampel	47
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	49
4.6.1 Variabel Independen.....	49
4.6.2 Variabel Dependen	49
4.6.3 Tabel Instrumen Penelitian	50
4.7 Teknik Pengumpulan Data	51
4.8 Teknik Analisis Data	53
4.8.1 Uji Validitas	53
4.8.2 Uji Reliabilitas	54
4.8.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56

4.9 Pengujian Hipotesis.....	57
4.9.1 Uji Kelayakan Model Regresi (Uji F)	57
4.9.2 Uji t (Uji Parsial)	59
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	60
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
5.2 Hasil dan Analisis	62
5.2.1 Karakteristik Responden.....	62
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	67
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	71
5.2.4 Analisis Data	72
5.2.5 Hasil Uji Hipotesis	78
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian	80
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	84
5.2.8 Keterbatasan Penelitian	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	91
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98
LAMPIRAN 1 Tabel Critical Review Jurnal	99
LAMPIRAN 2 Tabel Definisi Operasional.....	113
LAMPIRAN 3 Kuesioner Penelitian	115
LAMPIRAN 4 Tabulasi Data.....	120
LAMPIRAN 5 Output Karakteristik Responden.....	122

LAMPIRAN 6 Output Sebaran Responden	123
LAMPIRAN 7 Output Uji Validitas dan Reliabilitas	129
LAMPIRAN 8 Output Uji Asumsi Klasik	134
LAMPIRAN 9 Output Uji Regresi Linear Berganda	136
LAMPIRAN 10 Distribusi r Tabel, t Tabel dan Distribusi f Tabel	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Pendahuluan Inovasi produk.....	8
Gambar 1.2 Survei Pendahuluan Digital Marketing.....	9
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Sentra Industri Kota Banjarmasin	3
Tabel 1.2 Survei pendahuluan pada UMKM Sasirangan di Kampung Sasirangan Banjarmasin	5
Tabel 1.3 Kemampuan UMKM Sasirangan memperoleh laba selama 2 tahun	6
Tabel 4.1 Tabel Instrumen Penelitian	50
Tabel 5.1 Objek Penelitian	61
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	66
Tabel 5.6 Hasil Sebaran Kuesioner Variabel Inovasi Produk	67
Tabel 5.7 Hasil Sebaran Kuesioner Variabel Implementasi Digital Marketing....	68
Tabel 5.8 Hasil Sebaran Kuesioner Variabel Keberhasilan Usaha.....	70
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 5.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 5.14 Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 5.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	76
Tabel 5.16 Tabulasi Interpretasi R.....	78
Tabel 5.18 Hasil Uji F.....	79
Tabel 5.17 Hasil Uji t.....	80