

SKRIPSI

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

(STUDI PADA USAHA CAFE DI KOTA PALANGKA RAYA)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

OLEH:

MUHAMAD REVANDI DARMAWAN

NIM : 2010312310039

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, PENGGUNAAN *DIGITAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI PADA USAHA CAFE DI KOTA PALANGKA RAYA)

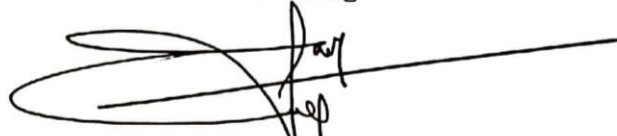
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Revandi Darmawan

NIM: 2010312310039

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 02 April 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Widyarfendhi, SE, M.Si
NIP. 19761106 200604 1 002

Penguji I



Ahmad Rifani, SE, MM
19780705 200312 1 002

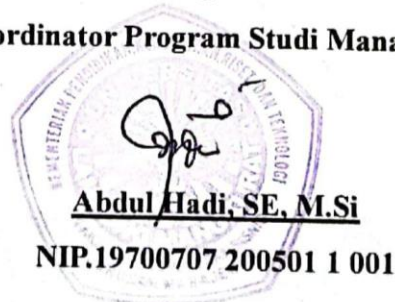
Penguji II



Anna Nur Fajdah, SE, M.Si
19740925 200003 2 001

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP.19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

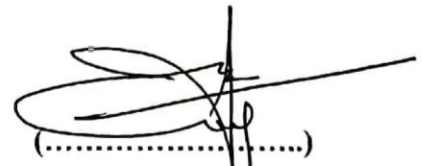
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Revandi Darmawan
NIM : 2010312310039
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Penggunaan *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Cafe di Kota Palangka Raya)
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 02 April 2024

Tim Penguji

Pembimbing : Widyarfendhi, SE, M.Si



(.....)

Penguji I : Ahmad Rifani, SE, MM



(.....)

Penguji II : Anna Nur Faidah, SE, M.Si



(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

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

Nama : Muhammad Revandi Darmawan
NIM : 2010312310039
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Penggunaan *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Cafe di Kota Palangka Raya)
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : 02 April 2024
Waktu Ujian : 11:00/13:00 WITA

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

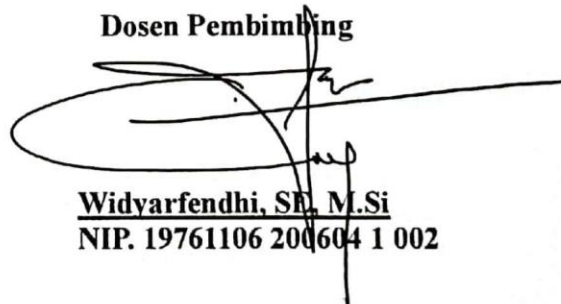
Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 02 April 2024
Mahasiswa



Muhammad Revandi Darmawan
NIM. 2010312310039

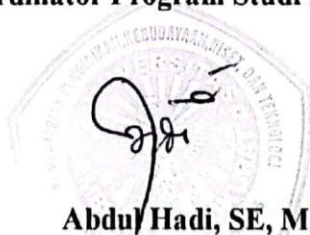
Dosen Pembimbing



Widvarfendhi, SE, M.Si
NIP. 19761106 200604 1 002

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 197007072005011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Dengan 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, 02 April 2024

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Revandi Darmawan

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya yang telah melimpahkan rahmat-Nya, memandu untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Penggunaan Penggunaan *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Usaha Cafe di Kota Palangka Raya)" ini dirancang sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang berharga dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari bahwa perjalanan penyusunan ini tidak dapat terwujud tanpa kontribusi dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE., M.S.i selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung mangkurat.
3. Bapak Widyarfendhi, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dalam merumuskan dan mencari solusi untuk permasalahan yang dihadapi penulis dalam penyusunan skripsi ini serta memberikan kontribusi yang sangat berharga.

4. Bapak Ahmad Rifani, SE, MM selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis guna meningkatkan kualitas penelitian ini.
5. Ibu Anna Nur Faidah, SE, M.Si selaku Dosen Penguji II yang juga bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis guna meningkatkan kualitas penelitian ini.
6. Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dalam hal akademik penulis dari awal semester hingga sekarang.
7. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah dengan penuh dedikasi mendidik, membimbing, dan berbagi ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua Orang tua saya yang saya hormati dan saya sayangi, Ibu Budi Nuryanti dan Bapak Sudarman, yang telah berjuang setiap hari tanpa kenal lelah demi untuk pendidikan saya, untuk melihat saya lebih sukses dan bisa hidup dengan mandiri kelak, yang sudah sabar menghadapi saya, yang sudah memotivasi dan mendoakan yang terbaik untuk saya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada Saudara dan Saudari saya dan juga ka Erik Oscar yang sudah mendukung saya baik secara emosional dan memotivasi saya untuk terus berjuang menyelesaikan pendidikan saya.
10. Kepada semua responden usaha cafe / coffeeshop yang berada di Kota Palangkar Raya, yang mau dan bersedia dengan baik hati membantu penelitian ini dalam mengisi kuisisioner penelitian penulis.

11. Kepada semua teman – teman saya, baik dari ATK+ dan juga teman – teman Manajemen A, KWU A yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada staff dan petinggi SiCepat Regional Palangka Raya, yang sudah memberikan dukungan secara materil yang sangat membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.
13. Untuk terakhir kepada diri saya sendiri, yang selalu tetap kuat dan sehat dalam menghadapi semua permasalahan yang ada. Semoga perjuangan ini akan mendapatkan balasan yang baik di masa yang akan datang.

Semoga segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, sehingga masukan dan saran dari pembaca sangat diharapkan. Semoga penelitian ini memberikan manfaat yang signifikan bagi pembaca.

Banjarmasin,... 2024

Muhamad Revandi Darmawan

ABSTRACT

Muhammad Revandi Darmawan (2024). The Influence of Entrepreneurial Orientation, Digital Marketing Usage, and Customer Relationship Management on Competitive Advantage in Cafe Businesses in Palangka Raya City. Advisor: Widyafendhi SE, M.Si

This research was conducted to analyze the influence of entrepreneurial orientation, Digital Marketing usage, and customer relationship management on the competitive advantage of cafe businesses in Palangka Raya City.

The research method employed a causal quantitative approach, with explanatory research as the research type and an associative approach as the research design. The population of this study consisted of cafe business owners/managers in Palangka Raya City, with purposive sampling as the sampling technique. The sample size for this research was 40 cafe businesses. The research instrument utilized a questionnaire. Data analysis involved multiple linear regression analysis, F-test, and t-test using SPSS (Statistical Program for Social Science) V.26. The results indicate that Entrepreneurial Orientation, Digital Marketing Usage, and Customer Relationship Management have a positive and significant influence on Competitive Advantage in cafes in Palangka Raya City.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Digital Marketing Usage, Customer Relationship Management, Competitive Advantage

ABSTRAK

Muhammad Revandi Darmawan (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Penggunaan *Digital Marketing* dan *Customer Relationship Management* Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Cafe di Kota Palangka Raya. Pembimbing: Widyarfendhi SE, M.Si

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, penggunaan *Digital Marketing* dan *customer relationship management* terhadap keunggulan bersaing usaha cafe di Kota Palangka Raya.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas dengan jenis penelitian yang dipakai adalah *explanatory research* dan tipe penelitian pada penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi penelitian ini adalah pemilik / pengelola usaha cafe di Kota Palangka Raya dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan Sampel penelitian ini berjumlah 40 usaha cafe. Instrumen penelitian menggunakan kuisisioner / angket. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, Uji F dan Uji t. Menggunakan SPSS (Statistical Program for Social Science) V.26. Hasil menunjukkan bahwa Orientasi Kewirusahaan, Penggunaan *Digital Marketing*, dan *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada usaha cafe di Kota Palangka Raya.

Kata kunci : Orientasi Kewirausahaan, Penggunaan *Digital Marketing*, *Customer Relationship Management*, Keunggulan Bersaing

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Pembahasan	17
BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Orientasi Kewirausahaan.....	23
2.1.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan	23
2.1.1.2 Manfaat Orientasi Kewirausahaan.....	25
2.1.1.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan	26
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	28
2.1.2.1 Definisi <i>Digital Marketing</i>	28
2.1.2.2 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	30
2.1.2.3 Indikator <i>Digital Marketing</i>	31
2.1.3 Customer Relationship Management (CRM).....	32
2.1.3.1 Definisi Customer Relationship Management (CRM)	32

2.1.3.2 Manfaat Customer Relationship Management (CRM).....	34
2.1.3.3 Indikator Customer Relationship Management (CRM).....	35
2.1.3 Keunggulan Bersaing	36
2.1.3.1 Definisi Keunggulan Bersaing.....	36
2.1.3.2 Indikator Keunggulan Bersaing.....	38
2.1.3.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing.....	39
2.1.3.4 Keterkaitan <i>Digital Marketing</i> dan Keunggulan Bersaing	41
2.1.3.4 Keterkaitan Customer Relationship Managemen dan Keunggulan Bersaing	42
2.2 Penelitian Terdahulu	44
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN ..	54
3.1 Kerangka Konseptual	54
3.2 Hipotesis.....	55
BAB IV METODE PENELITIAN	60
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	60
4.2 Jenis Penelitian	60
4.3 Tempat / Lokasi Penelitian	61
4.4 Unit Analisis	61
4.5 Populasi dan Sampel	61
4.5.1 Populasi.....	61
4.5.2 Sampel	62
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	63
4.6.1 Variabel Penelitian	63
4.6.2 Keunggulan Bersaing.....	64
4.6.3 Orientasi Kewirausahaan	64
4.6.4 Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	65
4.6.5 <i>Customer Relationship Management</i>	65
4.6.6 Definisi Operasional Variabel	66
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	66
4.7.1 Sumber Data	67
4.7.2 Teknik Penentuan Skor	67
4.8 Teknik Analisis Data.....	68
4.8.1 Uji Instrumen	69
4.8.1.1 Uji Validitas	69

4.8.1.2 Uji Reliabilitas	70
4.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.8.2.1 Uji Multikolonieritas.....	71
4.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas	71
4.8.2.3 Uji Normalitas.....	72
4.8.2.4 Uji Linearitas	73
4.8.3 Uji Regresi Linear Berganda	73
4.9 Uji Hipotesis.....	74
4.9.1 Uji F (Uji Goddes of Fit)	74
4.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	75
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	77
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
5.2 Hasil dan Analisis	79
5.2.1 Karakteristik Responden.....	79
5.2.1.1 Usia Responden	80
5.2.1.2 Jenis Kelamin.....	82
5.2.1.3 Pendidikan Terakhir	83
5.2.1.5 Lama Berdiri Usaha	84
5.2.1.6 Peran Di Usaha	85
5.2.1.7 Pendapatan Usaha	86
5.2.1.8 Akun Pemasaran Digital Yang Dimiliki.....	87
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel.....	88
5.2.2.1 Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	89
5.2.2.2 Variabel Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	90
5.2.2.3 Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	91
5.2.2.4 Variabel Keunggulan Bersaing	92
5.2.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	93
5.2.3.1 Uji Validitas	93
5.2.3.2 Uji Reliabilitas	95
5.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	96
5.2.4.1 Uji Multikolinearitas.....	96
5.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas	96
5.2.4.3 Uji Normalitas.....	97
5.2.4.4 Uji Linearitas	98

5.2.4.5 Uji Regresi Linear Berganda	99
5.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	103
5.2.5.1 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	103
5.2.5.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)	104
5.2.6 Pembahasan Hasil Penelitian	105
5.2.6.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing	105
5.2.6.2 Pengaruh Penggunaan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	108
5.2.6.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	111
5.2.7 Implikasi Hasil Penelitian	113
5.2.7.1 Implikasi Teoritis	113
5.2.7.1.1 Orientasi Kewirausahaan	113
5.2.7.1.2 Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	115
5.2.7.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	116
5.2.7.2 Implikasi Praktis	117
5.2.7.2.1 Implikasi Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing	117
5.2.7.2.2 Implikasi Penggunaan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	118
5.2.7.2.3 Implikasi <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Keunggulan Bersaing	119
5.2.8 Keterbatasan Penelitian.....	120
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	122
6.1 Kesimpulan.....	122
6.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penerapan Digital Cafe Night Waltz	7
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	54
Gambar 5. 1 Garis Kontinum	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Usaha KBLI Rumah Minum / Cafe Kota Palangka Raya .	1
Tabel 1. 2 Usia Responden.....	5
Tabel 1. 3 Data Observasi Awal Orientasi Kewirausahaan	10
Tabel 1. 4 Data Observasi Awal Penggunaan Digital Marketing	10
Tabel 1. 5 Data Observasi Awal Customer Relationship Management.....	11
Tabel 1. 6 Data Observasi Awal Keunggulan Bersaing	11
Tabel 4. 1 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian	66
Tabel 4. 2 Skala Likert	68
Tabel 5. 1 Objek Penelitian	79
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
Tabel 5. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdiri Usaha.....	84
Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Peran di Usaha	85
Tabel 5. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha	86
Tabel 5. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Akun Pemasaran Digital	87
Tabel 5. 10 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Orientasi Kewirausahaan	89
Tabel 5. 11 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Penggunaan Digital Marketing	90
Tabel 5. 12 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Customer Relationship Management.....	91
Tabel 5. 13 Hasil Sebaran Kuisisioner Pada Variabel Keunggulan Bersaing	92
Tabel 5. 14 Hasil Uji Validitas	94
Tabel 5. 15 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 5. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	96
Tabel 5. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	97
Tabel 5. 18 Hasil Uji Normalitas.....	98
Tabel 5. 19 Hasil Uji Linearitas	98
Tabel 5. 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	100
Tabel 5. 21 Tabulasi Interpretasi R.....	102
Tabel 5. 22 Hasil Uji F	103

Tabel 5. 23 Hasil Uji t	104
-------------------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Critical Review Jurnal	135
Lampiran 2 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian.....	150
Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian	154
Lampiran 4 Data Observasi Awal.....	159
Lampiran 5 Dokumentasi.....	165
Lampiran 6 Output Karakteristik Responden	171
Lampiran 7 Karakteristik Responden.....	174
Lampiran 8 Output Sebaran Responden	175
Lampiran 9 Output Uji Validitas dan Reliabilitas	190
Lampiran 10 Output Uji Asumsi Klasik	196
Lampiran 11 Output Uji Regresi Linear Berganda	200
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis	201
Lampiran 13 r Tabel, f Tabel dan t Tabel	202