

SKRIPSI

PENGARUH KAPABILITAS PEMASARAN DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM DI BANJARMASIN

(Studi Pada Usaha Kuliner Di Kelurahan Banua Anyar)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

NABILA ANISA

NIM: 2010412320017



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KAPABILITAS PEMASARAN DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM DI BANJARAMASIN (STUDI
PADA USAHA KULINER DI KELURAHAN BANUA ANYAR)

- A. Nama Mahasiswa : Nabila Anisa
NIM : 2010412320017
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji :

a. Pembimbing

Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

[.....]

b. Penguji I

Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
NIP. 195608081984031002

[.....]

c. Penguji II

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 197604132000121002

[.....]

Banjarmasin, 27 Mei 2024

Koordinator
Prodi Administrasi Bisnis



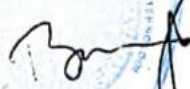
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161999031003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryalli, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 1769/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
2. Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
3. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Nabila Anisa
NIM : 2010412320017
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Dan Digital Marketing
Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin (Studi
Pada Usaha Kuliner di Kelurahan Benua Anyar

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 30 April 2024
J a m : 13.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 22 April 2024
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Badan
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 30 bulan April tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1769/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 22 April 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Nabila Anisa
NIM : 2010412320017
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin (Studi Pada Usaha Kuliner di Kelurahan Benua Anyar
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81,6
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~



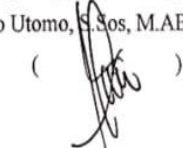
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 30 April 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Nabila Anisa

1. Ketua : Prof. Dr. H. Hairudin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. Saladin Ghaffar, MA
()
3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Allah *subhanahu wa ta'ala*, yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kapabilitas Pemasaran Dan *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Di Banjarmasin (Studi Pada Usaha Kuliner Di Kelurahan Benua Anyar)" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam penyusunan skripsi ini terlesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
5. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendukung dan memberikan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah mencurahkan banyak waktu, tenaga dan usahanya dalam membimbing penulis selama proses penulisan skripsi.
7. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Penguji 1 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
8. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji 2 yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
9. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Tata Usaha Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis.
10. Kedua Orang tua tercinta yang memberikan doa dan dukungan selama perkuliahan dan pembuatan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Prodi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2020, terima kasih atas dukungan dan bantuannya sampai sekarang ini.

12. Serta seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, April 2024

Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil aalamiin puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, Ibu Rusdah dan Bapak Syahman, atas segala doa dan dukungan serta pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhingga.

Skripsi ini saya persembahkan untuk dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan arahan serta saran yang sangat berharga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan untuk sahabat saya Aulia Alfina, teman-teman musafir (Adeh, Dewi, Helda, Iwi, Puput, Putri, dan Zahra) dan sepupu-sepupu musafir (Helda, Martinah, Lya, Nisa, dan Amel) yang selalu memberikan semangat dan bantuan serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

“Ikuti saja alurnya. Namun, jangan lupakan ikhtiar dan Do’a”

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, April 2024

Yang membuat pernyataan,

Nabila Anisa

NIM: 2010412320017

ABSTRAK

Nabila Anisa, 2010412320017, 2024. Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan *Digital Marketing* terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin (Studi Pada Usaha Kuliner Di Kelurahan Banua Anyar), di bawah bimbingan: Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel kapabilitas pemasaran dan *digital marketing* terhadap kinerja pemasaran UMKM di Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel ditetapkan sebanyak 38 UMKM kuliner di Kelurahan Banua Anyar yang dipilih menggunakan *sampling jenuh*. Data dikumpulkan melalui kuesioner kemudian diuji hipotesis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan Kapabilitas Pemasaran berpengaruh negatif tidak signifikan secara parsial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin, *Digital Marketing* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin, serta Kapabilitas Pemasaran dan *Digital Marketing* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Banjarmasin.

Kata Kunci: Kapabilitas Pemasaran, *Digital Marketing*, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

Nabila Anisa, 2010412320017, 2024. The Influence of Marketing Capabilities and Digital Marketing on the Marketing Performance of MSMEs in Banjarmasin (Study of Culinary Businesses in Banua Anyar Subdistrict), under the guidance of: Hairudinor.

This research aims to examine the partial and simultaneous influence of marketing capability and digital marketing variables on the marketing performance of MSMEs in Banjarmasin. This study uses a quantitative approach. The sample was determined as 38 culinary MSMEs in Banua Anyar Village which were selected using saturated sampling. Data was collected through a questionnaire and then the hypothesis was tested using multiple linear regression.

The results of this research show that Marketing Capability has a partially significant negative effect on MSME Marketing Performance in Banjarmasin, Digital Marketing has a partially significant positive effect on MSME Marketing Performance in Banjarmasin, and Marketing Capability and Digital Marketing simultaneously have a significant positive effect on MSME Marketing Performance in Banjarmasin.

Keywords: *Marketing Capability, Digital Marketing, Marketing Performance*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teoritis	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Strategi Pemasaran	14
2.1.3 Bauran Pemasaran	17
2.1.4 Kinerja Pemasaran	21
2.1.5 Kapabilitas Pemasaran	24
2.1.6 <i>Digital Marketing</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	37
2.3.1 Hipotesis Penelitian	37
2.3.2 Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Pendekatan Penelitian	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	42

3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	43
3.6 Tehnik Pengumpulan Data	50
3.7 Tehnik Analisis Data	50
3.7.1 Skala Pengukuran	50
3.7.2 Statistik Deskriptif.....	51
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	55
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	58
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	62
4.1 Profil Responden	62
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	65
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	65
4.2 Hasil Statistik Deskriptif	66
4.2.1 Deskriptif Variabel Kapabilitas Pemasaran (X1)	67
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> (X2).....	73
4.2.3 Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran (Y).....	78
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.3.1 Hasil Uji Validitas	82
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.1 Uji Normalitas.....	85
4.4.2 Uji Multikolinieritas	87
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	88
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	89
4.6 Hasil Uji Hipotesis	91
4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	91
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	93
4.6.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	94

BAB V PEMBAHASAN HASIL	96
5.1 Pembahasan	96
5.1.1 Pengaruh Kapabilitas Pemasaran (X1) terhadap Kinerja Pemasaran (Y).....	96
5.1.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y)	97
5.1.3 Pengaruh Kapabilitas Pemasaran (X1) dan <i>Digital Marketing</i> (X2) terhadap Kinerja Pemasaran (Y).....	99
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	100
5.3 Keterbatasan Penelitian	102
BAB VI PENUTUP	104
6.1 Kesimpulan.....	104
6.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111
BIODATA.....	140

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Perbedaan Kriteria UMKM: UU UMKM vs PP UMKM.....	3
Tabel 1. 2	Jumlah UMKM Sektor Kuliner di Kota Banjarmasin Tahun 2023	5
Tabel 1. 3	Data UMKM Kuliner di Kelurahan Banua Anyar	9
Tabel 2. 1	Pemetaan hasil Penelitian Terdahulu*	31
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 2	Rentang Kategori Jawaban Responden.....	52
Tabel 3. 3	Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	65
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	66
Tabel 4. 6	Deskriptif Variabel Kapabilitas Pemasaran (X1).....	67
Tabel 4. 7	Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> (X2)	73
Tabel 4. 8	Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran (Y).....	79
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	87
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4. 13	Uji Glejser	89
Tabel 4. 14	Uji Regresi Linier Berganda	90
Tabel 4. 15	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji t).....	92
Tabel 4. 16	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	93
Tabel 4. 17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	94

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022.....	2
Gambar 1. 2	Jumlah UMKM Se-Kota Banjarmasin Tahun 2023.....	5
Gambar 2. 1	Model Penelitian	40
Gambar 4. 1	Histogram Uji Normalitas	85
Gambar 4. 2	Normal Probability Plot	86
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan scatterplot.....	88
Gambar 5. 1	Hasil Model Akhir Penelitian.....	102

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 1. 2	Lembar Kuesioner	114
Lampiran 2. 1	Tabulasi Data Microsoft Excel	117
Lampiran 3. 1	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kapabilitas Pemasaran (X1).....	119
Lampiran 3. 2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> (X2).....	123
Lampiran 3. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Pemasaran (Y).....	125
Lampiran 4. 1	Uji Validitas Kapabilitas Pemasaran (X1).....	128
Lampiran 4. 2	Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X2).....	129
Lampiran 4. 3	Uji Validitas Kinerja Pemasaran (Y).....	130
Lampiran 4. 4	Uji Reliabilitas Kapabilitas Pemasaran (X1).....	131
Lampiran 4. 5	Uji Reliabilitas <i>Digital Marketing</i> (X2)	132
Lampiran 4. 6	Uji Reliabilitas Kinerja Pemasaran (Y).....	133
Lampiran 4. 7	Uji Asumsi Klasik	134
Lampiran 4. 8	Uji Regresi Linier Berganda.....	136
Lampiran 4. 9	Uji Parsial (Uji t)	137
Lampiran 4. 10	Uji Simultan (Uji f)	137
Lampiran 4. 11	Koefisien Determinasi	137
Lampiran 4. 12	Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana) df=1-40	138
Lampiran 4. 13	Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05	139