

**PERAN STRATEGI *FAST FASHION* UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN
(Studi pada UMKM Busana Muslim di Jawa Tengah)**

**Skripsi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

***Lilis Fitriana*
NIM : 30401511616**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

**PERAN STRATEGI *FAST FASHION* UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN
(Studi pada UMKM Busana Muslim di Jawa Tengah)**

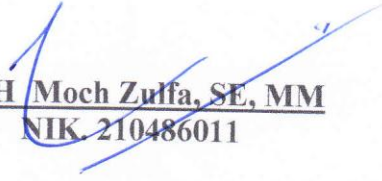
Disusun Oleh :

Lilis Fitriana

Nim : 30401511616

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 20 Februari 2019
Pembimbing,


Dr. H Moch Zulfa, SE, MM
NIK. 210486011

**PERAN STRATEGI *FAST FASHION* UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN**

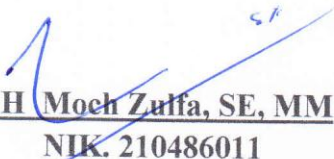
**Disusun Oleh :
Lilis Fitriana
Nim : 30401511616**


Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 1 Maret 2019

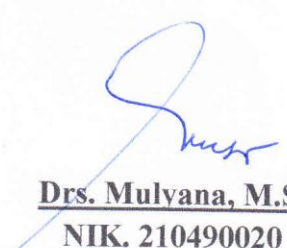
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

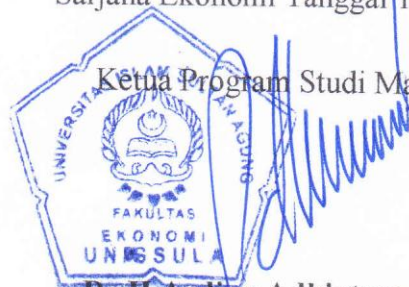
Penguji


Dr. H. Moch Zuffa, SE, MM
NIK. 210486011


Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM
NIK. 210489019


Drs. Mulyana, M.Si
NIK. 210490020

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Tanggal 1 Maret 2019



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK. 210499042

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lilis Fitriana

NIM : 30401511616

Dengan ini saya nyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul:

"Peran Strategi *Fast Fashion* untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM Busana Muslim di Jawa Tengah)"

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 8 Maret 2019
BUTIRAI
TEMPEL
KAPASITAS
6000
Lilis Fitriana



MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhan-mulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

“Perubahan dimulai dengan mengakhiri zona nyamanmu”

PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan syukur kepada Allah SWT dan Sholawat kepada Rosul-Nya, sebuah karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak dan ibuk tercinta terima kasih telah memberikan cinta, doa, dukungan, kasih sayang, dan pengorbanannya hingga tiada tara.
2. Adikku Afrah Rizqi dan Fajar serta sahabat-sahabatku yang selalu memberi semangat.
3. Teman-teman Excellent Class Manajemen 2015 dan aku persembahkan skripsi ini untuk semua yang bertanya “skripsinya kapan kelar?” Ini udah kelar hehe

INTISARI

Industri fashion di Indonesia setiap tahunnya terus berkembang secara pesat, tidak hanya di pasar dalam negeri para pelaku bisnis *fashion* juga mulai merambah ke pasar internasional. Namun demikian, fenomena bisnis Islamic *fashion* dan potensinya di Indonesia hanya dinikmati oleh perusahaan besar. Sementara perusahaan kecil belum sepenuhnya menikmati, hal ini terbukti dengan bisnis *fashion* garmen yang pasang surut dikarenakan ketatnya persaingan pada bisnis *fashion* serta banyaknya perusahaan kecil penggiat busana muslim. Oleh karena itu dibutuhkan *marketing innovativeness*, *market sensing capability* dan *fast fashion strategy* guna meningkatkan *marketing performance*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik/pengelola UMKM busana muslim di Jawa Tengah. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Kriteria yang digunakan adalah usaha yang sudah berdiri setidaknya selama 3 tahun. Jumlah responden yang akan diambil 192 responden. Metode akumulasi data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan secara langsung dengan mencari dan memberikan kuesioner kepada pemilik maupun pengelola UMKM busana Muslim di Jawa Tengah.

Sedangkan teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 22. Berdasarkan pengujian hipotesis disimpulkan bahwa keseluruhan hipotesis yang diajukan dari hipotesis pertama sampai keempat adalah positif dan signifikan atau semua hipotesis diterima, hal tersebut berarti

masing-masing hipotesis dapat memberikan pengaruh terhadap variabel lain dalam penelitian.

Hasil penelitian ini *Fast Fashion strategy* terbukti menjadi variabel intervening antara *marketing innovativeness* dengan *marketing performance*. Serta *Fast Fashion strategy* juga terbukti menjadi variabel intervening antara *market sensing capability* dengan *marketing performance*. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan melihat perubahan pasar yang baik memotivasi UMKM busana muslim dalam melakukan strategi pemasaran berbasis *fast fashion* yang menciptakan peluang keberhasilan lebih besar dalam meningkatkan *marketing performance*. Temuan ini sekaligus dapat menjadi solusi *reseacrh gap* antara variabel *marketing innovativeness* dengan *marketing performance*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin segala puji penulis ucapkan atas rahmat dan karunia Allah Subhanahu wa Ta'ala, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shollallahu 'alaihi wa sallam yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di Yaumul Qiyamah, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan para pengikutnya. Penulisan skripsi dengan judul “ *THE ROLE OF FAST FASHION STRATEGY TO INCREASE MARKETING PERFORMANCE*” membahas tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan *Marketing Performance* yang antara lain *Market Sensing Capability* dan *Marketing Innovativeness* melalui *Fast Fashion Strategy*. Penyusunan usulan skripsi ini tidak lepas dari campur tangan banyak pihak, olehnya itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Moch Zulfa SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, ilmu, bimbingan serta saran dan kritik yang membangun kepada penulis
2. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unissula, Semarang.
3. Dr. Ardian Adiatma SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unissula, Semarang.
4. Segenap civitas akademika, para dosen, dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta kerja sama yang baik selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Unissula, Semarang.

5. Kedua orang tua penulis, Bapak Agus Sugeng Pusoro dan Ibu Nanik Sutarni serta adik – adik penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, perhatian dan dukungan serta nasehat yang membangun kepada penulis.
6. Sahabat terdekat Afriana Indah Sari, Umi Kuswatun Hasanah, Kholidatun Nisa, Nailil Muna, Putri Novita Sari, Aisyah Amalia dan Fajar Lina Fauziah yang telah banyak memberikan bantuan serta tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat, juga selalu memotivasi penulis.
7. Teman dan sahabat Excellent Class Manajemen dan teman teman manajemen seangkatan tahun 2015 Unissula.
8. Organisasi sekaligus keluarga bagi penulis yaitu Public Relation Fakultas Ekonomi, Senat Mahasiswa PT dan BSO Kewirausahaan, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas dukungannya selama ini.

Penulis menyadari dalam karya ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan penulis. Olehnya itu, penulis sangat terbuka atas saran dan kritik yang diberikan oleh pembaca.

Semarang, 20 Februari 2019

Lilis Fitriana