

**PERANAN KINERJA INOVATIF BERBASIS *SOCIAL CAPITAL* DAN  
*MARKETING CAPABILITY* DALAM MENINGKATKAN KINERJA  
PEMASARAN UMKM KABUPATEN KENDAL**

**Skripsi**  
**Diajukan sebagai salah satu syarat**  
**untuk memenuhi sebagian persyaratan**  
**Mencapai derajat Sarjana ( S1 )**

**Program Studi Manajemen**



**DISUSUN OLEH :**  
**FENI RESKI MEILANI**  
**NIM : 30401511733**

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

### **PERANAN KINERJA INOVATIF BERBASIS *SOCIAL CAPITAL* DAN *MARKETING CAPABILITY* DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM KABUPATEN KENDAL**

Disusun Oleh :

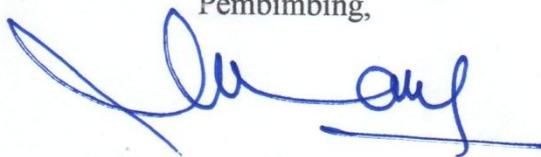
**Feni Reski Meilani**

**Nim : 30401511733**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian usulan penelitian  
skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 20 September 2019  
Pembimbing,



Prof. Dr. Widodo, SE, Msi.  
NIK. 210499045

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

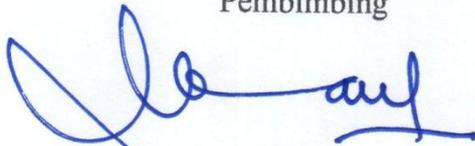
**PERANAN KINERJA INOVATIF BERBASIS SOCIAL CAPITAL DAN  
MARKETING CAPABILITY DALAM MENINGKATKAN KINERJA  
PEMASARAN UMKM KABUPATEN KENDAL**

Disusun Oleh :  
**Feni Reski Meilani**  
**NIM: 30401511733**

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 13 September 2019

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing



Prof. Dr. Widodo, SE, Msi  
NIK. 210499045

Penguji I



Dr. H. Sri Hartono, SE, Msi  
NIK. 210495037

Penguji II



Dr. Budhi Cahyono, SE, Msi  
NIK. 210492030

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Tanggal 20 September 2019

Ketua Program Studi Manajemen



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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Feni Reski Meilani**

NIM : **30401511733**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**PERANAN KINERJA INOVATIF BERBASIS SOCIAL CAPITAL DAN MARKETING CAPABILITY DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM KABUPATEN KENDAL** ” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 13 September 2019 adalah karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Pembimbing



Prof. Dr. Widodo, SE, Msi  
NIK. 210499045

Semarang, 13 September 2019

Yang Mem



Feni Reski Meilani  
NIM. 30401511733



## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Reski Meilani  
NIM : 30401511733  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat asal : Desa.Tejorejo Kec. Ringinarum Kab.Kendal  
No. Hp/E-mail : 081326937342/meilani1598@gmail.com

Dengan ini saya menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“PERANAN KINERJA INOVATIF BERBASIS SOCIAL CAPITAL DAN MAEKETING CAPABILITY DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM KABUPATEN KENDAL)”**. Dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Unissula serta memberikan Hak Bebas Royalti No eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta, Plagiarisme daam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Unissula.

Semarang, 13 September 2019



Feni Reski Meilani  
NIM. 30401511733

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Motto :

Yakinlah ada sesuatu yang menantimu setelah banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit.” (-Ali bin Abi Thalib)”Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Q.S Al-Baqarah 286)

Persembahan :

□□kedua orang tuaku yang tiada henti mendoakan dan menyemangati setiap langkahku dan yang selalu menyayangi dan mendampingi dalam keadaan apapun.

## KATA PENGANTAR

الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillah rabbil ‘alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan usulan penelitian skripsi yang berjudul “Peranan Kinerja Inovatif Berbasis Social Capital Dan Marketing Capability Dalam meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Kabupaten Kendal”. Usulan Penelitian Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian usulan penelitian skripsi ini penulis tidak bekerja sendiri dan tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak yang mendukung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Allah SWT, Allah Maha Besar yang mana sudah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam proses pembuatan penelitian proposal ini.
2. Orang Tua, bapak Moh Fandholi dan Ibu Iswanti dan keluarga selaku pendukung setia dikala susah ataupun senang.
3. Bapak Prof.Dr.Widodo,SE,Msi selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, mengampu dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat tersusun.
4. Bapak Dr. H. Ardian Adhitama, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Teman dan sahabat terdekat Febri,Fi'afiyati,Lia,Hasna, yang telah banyak memberikan bantuan baik dalam bentuk semangat, doa, maupun saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini dan seluruh teman-teman manajemen angkatan tahun 2015 Unissula, terima kasih atas doa, motivasi, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian ini.
7. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rahmat kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa usulan penelitian skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan usulan penelitian proposal ini di masa yang akan datang. Semoga usulan penelitian proposal ini dapat memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun para pembaca pada umumnya.

Semarang, 13 September 2019

Penulis,

Feni Reski Meilani

## INTI SARI

Penelitian ini membahas upaya peningkatan kinerja pemasaran melalui kinerja inovatif, Marketing Capability dan Social capital. Social capital adalah sebagai sumber daya potensial yang dapat meningkatkan Kinerja Inovasi dalam berbagai kondisi. Marketing Capability adalah proses integratif yang dirancang untuk menerapkan pengetahuan kolektif, keterampilan, dan sumber daya perusahaan untuk kebutuhan bisnis yang berkaitan dengan pasar, dimana dalam kondisi ini memungkinkan perusahaan menambah value produk dan pelayanannya serta memenuhi permintaan kompetitif. Kinerja Inovatif adalah dasar yang digunakan perusahaan untuk mencapai kinerja pemasaran yang maksimal sebagai bentuk upaya kolaborasi dari sumber daya yang ada, dimana komunikasi, aliran informasi, berbagai serta mengasimilasi pengetahuan sebagai unsur terpenting dari kemampuan inovasi. Kinerja Pemasaran adalah konsep untuk mengukur prestasi pasar dari produk, seperti tingginya volume penjualan, tingginya market share, serta tingginya profitabilitas pemasaran, yang digunakan sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dikalahkan persaingan dunia usaha. Berdasarkan kajian teori yang mendalam maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana pengaruh social capital dan marketing capability terhadap kinerja pemasaran UMKM kabupaten kendal" kemudian pertanyaan penelitian adalah (a) bagaimana pengaruh social capital terhadap marketing capability, (b) bagaimana pengaruh social capital terhadap kinerja inovatif, (c) bagaimana pengaruh social capital dan marketing capability terhadap kinerja inovatif, (d) bagaimana pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pemasaran. Objek penelitian ini adalah UMKM jasa di Kabupaten Boja dengan menggunakan sampel yang diambil berdasarkan teknik purposive sampling yaitu pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan maksud dan tujuan yang ditentukan terlebih dahulu atau mempunyai kriteria tertentu. Kriteria tersebut yaitu Menjalankan UMKM jasad Menjalankan produksi lebih dari 3 tahun. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden dan selanjutnya dianalisis menggunakan SmartPLS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa social capital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja inovatif karyawan artinya semakin baik social capital yang diterapkan perusahaan maka akan meningkatkan kinerja inovatif karyawan. Marketing capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja inovatif artinya semakin baik kinerja inovatif yang dimiliki karyawan maka akan meningkatkan kinerja pemasaran. Kinerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran artinya semakin baik kinerja inovatif yang dimiliki karyawan akan meningkatkan kinerja pemasaran. Marketing capability mampu memediasi pengaruh social capital terhadap kinerja inovatif dan juga mampu memediasi pengaruh marketing capability artinya secara tidak langsung perlu adanya kinerja inovatif untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada perusahaan dengan berbasis social capital dan marketing capability.