

**PENGARUH EKSPANSI USAHA, POLA KEMITRAAN DAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN  
USAHA SALMAN AGRO FARM DI DESA ROWOSARI  
KECAMATAN SUMBERJAMBE KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**  
**HURINAINI R**  
NIM.E20172245

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DESEMBER 2022**

**PENGARUH EKSPANSI USAHA, POLA KEMITRAAN DAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN  
USAHA SALMAN AGRO FARM DI DESA ROWOSARI  
KECAMATAN SUMBERJAMBE KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Jember  
Dosen Pembimbing : R

  
**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.**  
**NIP. 196808072000031001**

**PENGARUH EKSPANSI USAHA, POLA KEMITRAAN DAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN  
USAHA SALMAN AGRO FARM DI DESA ROWOSARI  
KECAMATAN SUMBERJAMBE KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima Untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program studi Ekonomi syariah

Hari : Jum'at  
Tanggal: 30 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

  
Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I  
NIP. 197308301999031002

  
Siti Indah Purwaning Yuwana, S.si, M.M  
NIP. 198509152019032005

Anggota:

1. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.

Disetujui

Dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam



  
Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا ۚ وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٦٩﴾

Orang-orang yang berjihad (bersungguh-sungguh) didalam mencari ridha kami, maka akan kami tunjukkan kepadanya jalan kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar bersama dengan orang yang berbuat kebaikan.<sup>1</sup>

(QS. Al-Ankabut: 69)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Tim Penerbit, *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: Jabal).

## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, yang berawal dari sebuah proses panjang, kemudian melangkah dengan penuh perjuangan, keikhlasan dan keyakinan kemudian diakhiri dengan ucapan dan rasa syukur yang begitu besar, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, berkat karunia kesehatan, rahmat, hidayah yang selalu memberikan kasih dan sayang serta petunjuk bagi hambanya.
2. Teruntuk kedua Orang Tua tercinta. Ayahanda Alm. Mahmud Susilo dan Ibunda Faridatul Hasanah yang telah mendidikku, selalu mendoakanku setiap waktu, memberi motivasi dan memenuhi segala kebutuhanku untuk menuntut ilmu. Terimakasih atas kasih sayang, perjuangan, bimbingan dan dukungannya selama ini. Kelulusan ini khusus Ananda, persembahkan sebagai wujud bakti kepada Ayah dan Ibu.
3. Teruntuk Guru Ngaji. Alm. Buhari, terimakasih sudah mendidikku dengan penuh kesabaran, keikhlasan dan tujuan yang mulia. Terutama ilmu-ilmu agama, baik tentang kehidupan dunia maupun akhirat. Terimakasih atas jasa-jasamu. Semoga Allah membalas kebaikanmu.
4. Kedua kakek dan kedua nenek. Kakek Sa'i, Alm. Kakek Saimun dan Almh. Nenek Srianah, Almh. Nenek Sadriya yang selalu mendo'akan dan mensupport pendidikan saya. Terimakasih atas ketulusannya.

5. Kakakku dan Kakak Iparku. Nurfaizah, Ahmad Ishaqurtubi, Nur Sya'adah Zakiyah Wardani dan Sayyid Abdillah, Siti Kholifah, Ahmad yang selalu mendo'akanku, menasehati dan membantuku baik berupa moral maupun material untuk perkuliahan. Terimakasih atas ketulusannya.
6. Teruntuk Sepupuku. Sandi Setiawan, Taufikur Rahman, Sri Ayu Lestari, Suryati, Baihaqi, Ainur Rahmah, Abdul Halim, Mursidi, Siti Aisyah, Muhammad Imyal Abdullah, Muhammad Farik dan Aliyul Mustaqim yang sudah mendo'akan, mengantar ke kos, memberi masukan dan arahan ketika ada kesulitan dalam pengerjaan skripsi. Terimakasih atas ketulusannya.
7. Teruntuk Om dan Tanteku. Alm. Rosidi, Hartono, Mawardi, Nikmat, Sholihin dan Umniyah, Atiya, Luluk Irawani Fatonah, Suwarni, Febri Dwi Kurniawati yang sering memberi nasehat dan mendo'akan untuk kelancaran perkuliahan. Terimakasih atas ketulusannya.
8. Teman SMPku. Fadilatul Munawwaroh, Nurul Hamzah, yang sering membantu memberi masukan dan bimbingan disaat ada kesulitan dalam perkuliahan terutama skripsi. Terimakasih atas ketulusannya dalam berbagi ilmu.
9. Teruntuk Teman Pondok. Mbak Azizah. Terimakasih sudah meluangkan waktunya sering menemani disetiap ada kepentingan diluar, terutama pada saat ke kampus, yang selalu mendo'akan untuk kelancaran skripsi. Terimakasih atas kesabaran dan ketulusannya.
10. Sahabat saya pejuang S.E, Ella Pipin Mardiyanti, Ajeng Fadilatul Hasanah, Ayu Shoniya, Linda Wati, Himmah Malika, Nur Diana Kholidah, Rovikatus

Syarifah, Rasmini Yanti, Hilyatul Qariah, Muinatun Mardiyah, Laily Putri Anggraini, Arinta Tya Putri Prahayta, Dinda Ade Tasya Putri, Mochamat Irfan Hidayat, Achmad Ahsan Mashuri, Rizky Irawan dan Ahmad Shofi. Terimakasih sudah menjadi sahabat terbaik, saling mendukung, mendoakan, saling membantu.

11. Teman Ngopi. Faisal Bahri, Novan Hidayah Putra, Muhammad Arifin, Bagus Ahmad Fauzan, Luluk Atul Hidayah, Munawaroh, Urfatul Hasanah dan Raesa De Shofi Emilia yang menjadi pendengar sekaligus pemberi saran yang baik disaat saya mengalami permasalahan hidup. Terimakasih atas ketulusannya.

12. Beasiswa Pemkab Jember. Dr.Hj. Faidah M.MR yang sudah memberikan kesempatan untuk mendapatkan beasiswa sampai 4 semester. Terimakasih sudah meringankan biaya untuk kebutuhan kuliah baik pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) maupun biaya hidup seperti kos, dan kebutuhan lainnya.

13. Almamater yang sangat saya banggakan UIN KHAS JEMBER.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

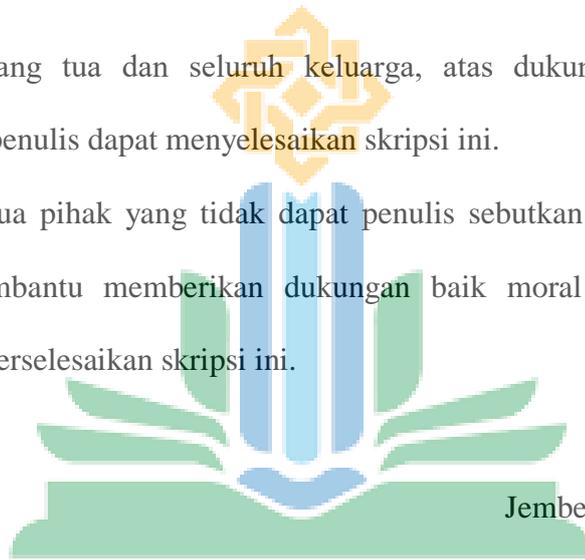
Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala taufiq dan hidayahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Kesuksesan dan kelancaran ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Achmad Siddiq (UIN KHAS) Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi terimakasih telah memberikan arahan dan bimbingan kepada saya dengan penuh kesabaran, ketulusan serta keikhlasan mulai awal hingga akhir.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam UIN KHAS Jember.
4. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah UIN KHAS Jember.
5. Bapak Toton Fanshurna, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi masukan, saran serta nasihat kepada saya selaku mahasiswa yang dibimbingnya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah membekali kami ilmu dan pengetahuan serta semua staf

dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember  
terimakasih atas pelayanan yang telah diberikan.

7. Kepala Perpustakaan UIN KHAS Jember dan segenap karyawan, yang telah membantu menyediakan literature dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
8. Salman Alfarizi selaku Kepala di Salman Agro Farm dan segenap karyawan.
9. Kedua orang tua dan seluruh keluarga, atas dukungan dan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan baik moral maupun material sehingga terselesaikan skripsi ini.



Jember, 18 Oktober 2022

Penulis  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Hurin Ain  
NIM: E20172245

## ABSTRAK

**Hurin Ain, Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. 2022:** Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember

Salman Agro Farm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam usaha agrikultur yang berlokasi di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Setiap usaha, pasti menginginkan usahanya mengalami peningkatan dan kemajuan seiring berjalannya waktu baik segi kualitas maupun kuantitas. Ekspansi usaha terjadi sebagai peningkatan kegiatan ekonomi dalam perusahaan dan diharapkan terwujud dalam kekuatan bisnis, keuntungan, akses ke teknologi dan munculnya pelanggan baru. Sinergi antar perusahaan sektor agrikultur dengan petani lokal merupakan implementasi dari pola kemitraan. Banyaknya perusahaan agrikultur saat ini tidaklah sedikit, oleh karena itu dibutuhkan media untuk menyebarluaskan informasi perusahaan dan produk kepada khalayak ramai melalui komunikasi pemasaran.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: (1) Apakah ekspansi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. (2) Apakah pola kemitraan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. (3) Apakah komunikasi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. (4) Apakah ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan seberapa besar pengaruh ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember baik secara parsial maupun secara simultan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Salman Agro Farm dengan jumlah sampel 30 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner (angket) dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel ekspansi usaha ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ) yang dapat ditunjukkan dengan  $T$  hitung  $>$   $T$  tabel ( $2,606 > 2,055$ ). Sedangkan pola kemitraan ( $X_2$ ) juga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ) yang dapat ditunjukkan dengan  $T$  hitung  $>$   $T$  tabel ( $4,314 > 2,055$ ). Kemudian komunikasi pemasaran ( $X_3$ ) juga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ) yang dapat ditunjukkan dengan  $T$  hitung  $>$   $T$  tabel ( $4,367 > 2,055$ ). Sedangkan secara simultan variabel ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Yang dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi  $F < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $34,140 > 2,96$ ). Berdasarkan hasil uji determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,774 atau 77,4 % dan sisanya 22,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model.

**Kata Kunci:** Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan, Komunikasi Pemasaran dan Keberhasilan Usaha

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1. Variabel Penelitian.....	11
2. Indikator Penelitian.....	12
F. Definisi Operasional.....	13
G. Asumsi Penelitian.....	14
H. Hipotesis.....	16
I. Metode Penelitian.....	17

1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....	17
2. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	18
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	19
4. Analisis Data.....	22
J. Sistematika Pembahasan .....	27
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>29</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	29
B. Kajian Teori .....	42
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>64</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	64
B. Penyajian Data .....	67
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	71
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>102</b>
A. Kesimpulan .....	102
B. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>105</b>



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Angket Penelitian
4. Data Hasil Angket
5. Data Hasil SPSS
6. Jurnal Penelitian
7. Surat Izin Penelitian
8. Surat Keterangan Selesai Penelitian
9. Surat keterangan Selesai Bimbingan
10. Surat Keterangan Plagiasi
11. Dokumentasi
12. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
2.1 Persamaan Perbedaan.....	39
3.1 Struktur Organisasi Salman Agro Farm.....	68
3.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia .....	68
3.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
3.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
3.5 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Ekspansi Usaha) .....	72
3.6 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Pola Kemitraan) .....	73
3.7 Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Komunikasi Pemasaran).....	74
3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keberhasilan Usaha) .....	74
3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Ekspansi Usaha).....	75
3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Pola Kemitraan).....	76
3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Komunikasi Pemasaran).....	76
3.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keberhasilan Usaha) .....	76
3.13 Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov....	86
3.14 Hasil Uji Multikolinearitas .....	88
3.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode Glejser .....	89
3.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	90
3.17 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	94
3.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	97
3.19 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	98

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, kaya akan lahan pertanian dan sumberdaya alam, serta sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dari pertanian dan perkebunan. Selain itu, secara geografis Indonesia terletak di garis khatulistiwa dan memiliki iklim tropis yang sangat cocok untuk pengembangan pertanian. Petani dapat menyesuaikan jenis tanaman yang mereka tanam berlandaskan musim yang berlangsung.

Namun selama ini Indonesia belum mampu memaksimalkan potensi pertanian meskipun sektor pertanian berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan ketahanan pangan negara. Mengutip dari website berita CNBC Indonesia menyatakan bahwa meskipun Indonesia sebagai negara agraris akan tetapi untuk memenuhi kebutuhan sejumlah komoditas pangan nasional masih harus impor dari negara lain, seperti kedelai, jagung, cengkeh, beras, gula hingga kopi.<sup>2</sup>

Mengutip dari Kompas.com, produksi pertanian di Indonesia belum maksimal karena berbagai faktor seperti skala operasi pertanian yang kecil, keterbatasan modal, penggunaan teknologi pertanian yang masih sederhana,

---

<sup>2</sup> Annisa Aflaha, "77 Tahun RI Merdeka Masih Impor Pangan, Ini Daftarnya!". CNBC Indonesia online, last modified 17 Agustus 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220817064448-4-364366//77-tahun-ri-merdeka-masih-impor-pangan-ini-daftarnya>

menggunakan metode pertanian sederhana secara turun temurun dan pengaruh musim.<sup>3</sup>

Dalam mengelola pertanian juga dibutuhkan *upgrading* yang berkelanjutan, tidak hanya mengelola pertanian dengan konsep yang dikerjakan oleh leluhur dahulu secara sederhana sebelum adanya teknologi. Perkembangan teknologi saat ini sudah hampir menjamah seluruh aspek kehidupan manusia, tak terkecuali teknologi pertanian. Selain teknologi, dibutuhkan juga ilmu pengetahuan tentang pertanian (*agricultural science*). *Agricultural science* adalah ilmu tentang produksi dan pengelolaan makanan serta serat, termasuk teknologi pemeliharaan tanaman, pengembangan tanaman, produksi hewan ternak, serta pengelolaan tanaman dan hewan untuk dikonsumsi.<sup>4</sup>

Menyadari urgensi tersebut, saat ini di banyak perusahaan yang menggeluti fokus bidang agrikultur di Indonesia. Berbagai komoditi ditawarkan oleh berbagai perusahaan pertanian, diantaranya komoditi pupuk dan obat pertanian, barang-barang pertanian, mesin pertanian, hebsida pertanian, ekstraksi hasil pertanian, sortir aneka hasil pertanian, fabrikasi dan alat pertanian, selai dari hasil pertanian, bibit unggul pangan, dan alat-alat pertanian lainnya.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Monica Ayu Caesar Isabela. "Faktor Penghambat Pengembangan Agrikultur di Indonesia". Kompas.com . last modified 29 Maret 2022. <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/29/03000081/faktor-penghambat-pengembangan-agrikultur-di-indonesia>

<sup>4</sup> Thung Ju Lan. *Iptek dan Masyarakat, Problematika Agrikultur di Indonesia*. (Jakarta: LIPI Press, 2021), 19.

<sup>5</sup> "Direktori Perusahaan Industri". Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. diakses 27 Desember 2022. <https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan?what=pertanian&prov=0>

Setiap kegiatan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum pasti menginginkan usahanya mengalami peningkatan dan kemajuan seiring berjalannya waktu baik segi kualitas maupun kuantitas. Dalam ilmu kewirausahaan terdapat istilah ekspansi usaha. Ekspansi usaha merupakan kegiatan yang mengupayakan perluasan cakupan pasar dan peningkatan kapasitas produksi perusahaan.<sup>6</sup>

Ekspansi usaha terjadi sebagai peningkatan kegiatan ekonomi dalam perusahaan dan diharapkan terwujud dalam kekuatan bisnis, keuntungan, akses ke teknologi dan munculnya pelanggan baru. Tentunya dengan berbagai keunggulan tersebut, ekspansi merupakan tujuan yang diharapkan bagi semua pelaku ekonomi, baik besar maupun kecil. Namun, untuk mencapai ke titik ini tidaklah mudah. Berbagai upaya strategis harus dilakukan agar proses pemekaran berhasil dan tidak berhenti di tengah jalan.

Perlu dipahami kegiatan usaha dalam sektor agrikultur tidak dapat dilakukan secara sepihak. Diperlukan sinergi yang berkesinambungan antara perusahaan yang menyediakan fasilitas pertanian yang modern dengan petani lokal yang menjalankan usahanya dalam budidaya tanaman, baik tanaman pangan maupun tanaman hortikultura yang berupa sayuran, buah-buahan dan tanaman hias. Sinergi antara perusahaan sektor agrikultur dengan petani lokal merupakan implementasi dari pola kemitraan.

Pola kemitraan membawa manfaat bagi kedua belah pihak. Prinsip-prinsip yang dianut dalam pola kemitraan adalah prinsip saling

---

<sup>6</sup> Nurdelia, dkk. *Buku Ajar Kewirausahaan*. (Bandung: CV. Fenix Muda Sejahtera, 2022), 63-64.

menguntungkan, saling membutuhkan, serta saling meningkatkan hasil usaha masing-masing pihak. Petani lokal yang bergabung sebagai mitra memiliki kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuannya melalui transfer pengetahuan dan teknologi.<sup>7</sup> Sehingga dalam pengembangan budidaya tanamannya para petani sudah dibekali ilmu dan keterampilan, tidak lagi hanya bermodal kebiasaan bertani yang berlaku secara turun temurun.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam konteks agrikultur saat ini tidaklah sedikit, oleh karena itu dibutuhkan media untuk menyebarkan informasi perusahaan dan produk yang telah dihasilkan kepada khalayak ramai. Komunikasi pemasaran merupakan point yang juga berperan penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Komunikasi pemasaran bertujuan untuk mengenal produk hasil usaha dengan maksud menarik perhatian masyarakat agar membeli produk yang ditawarkan. Komunikasi pemasaran dapat berbentuk publisitas/iklan, *salesman*/tenaga penjualan, papan reklame/papan nama toko, display produk, *packaging*/kemasan produk, sampel produk gratis, market place dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

Perusahaan Salman Agro Farm adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam usaha agrikultur yang berlokasi di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2019. Usaha awal yang dijalankan yaitu kultur jaringan tanaman dengan konsep pelatihan kultur jaringan. Salman Agro Farm mengembangkan usahanya dengan memperbanyak komoditas kentang dan anggrek yang selanjutnya

---

<sup>7</sup> Susi Desmaryani. *Wirausaha dan Daya Saing*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 60-61.

<sup>8</sup> Terence A. Shimp. *Periklanan dan Promosi*. (Jakarta: Erlangga, 2003), 4.

dipasarkan langsung pada petani dan beberapa *reseller*. Setelah itu usaha berkembang di bidang lainnya seperti budidaya tanaman hidroponik, budidaya tanaman hortikultura dan budidaya jamur. Selain itu perusahaan Salman Agro Farm memberikan pelatihan para petani seputar budidaya tanaman. Pelatihan ini banyak diminati, bahkan terdapat peserta pelatihan yang berasal dari luar Jawa, yaitu Aceh dan Kalimantan.

Dipilihnya Salman Agro Farm sebagai objek penelitian karena memiliki kelebihan sebagai berikut.

1. Dijadikan tempat program KKN (Kuliah Kerja Nyata), PPL (Praktek Pengalaman Lapangan) dan Pelatihan seputar pertanian.
2. Sering diundang di acara seminar dan webinar sebagai pemateri di beberapa Perguruan Tinggi di Jember. Pernah diundang di acara seminar online melalui Instagram Live oleh pihak founder Putra Padi sebagai pemateri bersama Putra Padi Jawa Barat 2019 (Kang Holidin), Putri Padi Intelegensi Jawa Barat 2018 (Putri Ayu Silmi) dan Putra Padi Media Sosial Jawa Barat 2019 (Kang Agung) dengan judul “Bahan Pangan Persiapan Lebaran” pada tanggal 20 Mei 2020.
3. Menerapkan *give away* di platform media sosial Instagram.
4. Masuk dalam urutan ke 17 Sosok Petani Inspiratif Indonesia di Channel Youtube TV Tani Indonesia.
5. Punya perizinan berusaha berbasis risiko.

Salman Al-farizi sebagai pemilik usaha Salman Agro Farm menuturkan bahwa telah menerapkan ekspansi usaha pada kegiatan usahanya.

Ekspansi usaha dilakukan melalui perluasan pasar dan perkembangan usaha.<sup>9</sup> Pemasaran yang awalnya hanya di daerah Kecamatan Sumber Jambe selanjutnya pemasaran hasil tani ini diperluas ke daerah Bondowoso, Probolinggo, Banyuwangi dan lain-lain. Usaha awal yang dijalankan yaitu kultur jaringan pada tahun 2019 dengan konsep pelatihan kultur jaringan dengan peserta umum. Setelah itu mengembangkan usaha budidaya tanaman hidroponik. Kemudian pertengahan tahun 2019 mengembangkan usaha dibidang budidaya tanaman hortikultura. Dan pada awal tahun 2020 mengembangkan usaha dibidang budidaya jamur.

Proses pengembangan usaha yang dilakukan oleh Salman Agro Farm melibatkan para petani di Desa Rowosari Kabupaten Jember, hal ini bagian dari penerapan pola kemitraan yang dilakukan. Demi menjaga kelangsungan kegiatan usahanya, Salman Agro Farm memanfaatkan sosial media yang marak digunakan saat ini untuk melakukan komunikasi pemasaran, yaitu menggunakan marketplace Pak Tani Digital dan menerapkan *give away* di platform media sosial Instagram.<sup>10</sup>

Berlandaskan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, luas lahan pertanian Kabupaten Jember adalah lahan pertanian terluas kedua setelah Kabupaten Lamongan. Luas lahan pertanian Kabupaten Jember yaitu 86.144 ha dengan rincian luas lahan pertanian irigasi seluas 84.964 ha dan luas

---

<sup>9</sup> Salman Alfarizi (Pemilik Usaha Salman Agro Farm), Wawancara,...01/06/2020

<sup>10</sup> Salman Alfarizi (Pemilik Usaha Salman Agro Farm), Wawancara,..07/06/2020

lahan pertanian non irigasi seluas 1.180 ha.<sup>11</sup> Dengan lahan pertanian yang luas, Kabupaten Jember dianggap memiliki potensi yang cukup prospek bagi pengembangan perekonomian wilayah melalui hasil tani yang melimpah.

Kabupaten Jember juga merupakan Kabupaten terbanyak di Jawa Timur yang jumlah penduduknya berprofesi sebagai petani. Mengacu pada data hasil data survei pertanian sensus tahun 2018, jumlah petani laki-laki sebanyak 341.804 jiwa dan jumlah petani perempuan sebanyak 84.780 jiwa dengan total keseluruhan adalah 426.584 jiwa.<sup>12</sup>

Luas lahan pertanian dengan jumlah petani yang banyak di Kabupaten Jember diprediksi dapat mengembangkan hasil tani sehingga dapat berpartisipasi dalam penyediaan pangan negara dan mengurangi impor bahan pangan. Salman Agro Farm sebagai perusahaan yang bergerak dalam ranah agrikultur yang berlokasi di Kabupaten Jember diharapkan dapat menjembatani para petani sekitar dalam mengelola pertanian menjadi lebih baik.

Dari pemaparan diatas, maka peneliti terdorong untuk meneliti dengan judul **“PENGARUH EKSPANSI USAHA, POLA KEMITRAAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SALMAN AGRO FARM DI DESA ROWOSARI KECAMATAN SUMBER JAMBE KABUPATEN JEMBER”**.

<sup>11</sup> Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Last modified 27 September 2017. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2017/09/27/luas-lahan-sawah-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-pengairan-di-provinsi-jawa-timur-ha-2016.html>

<sup>12</sup> Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2051/jumlah-petani-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin-2018.html>

## B. Rumusan Masalah

Mengacu pada penjabaran latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ekspansi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?
2. Apakah pola kemitraan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?
3. Apakah komunikasi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?
4. Apakah ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan sebuah riset penelitian diharuskan selaras dengan permasalahan yang diangkat dan telah diuraikan dalam rumusan masalah.<sup>13</sup>

Adapun maksud penelitiannya yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ekspansi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?

<sup>13</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 37.

2. Untuk mengetahui apakah pola kemitraan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?
3. Untuk mengetahui apakah komunikasi pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?
4. Untuk mengetahui apakah ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat sebuah riset penelitian mencakup terkait partisipasi apa yang dapat dikonstruksikan sewaktu penelitian telah dilakukan.<sup>14</sup> Bentuk manfaat sebuah riset dapat berupa manfaat yang bersifat teoritis dan praktis, seperti manfaat bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan temuan penelitian ini akan menghasilkan manfaat yang signifikan bagi semua pihak, serta pengetahuan dan wawasan ilmiah mengenai diskusi mengenai ekspansi bisnis, pola kemitraan, dan dampak komunikasi pemasaran terhadap kesuksesan bisnis. Mereka juga dapat berfungsi sebagai dasar untuk penelitian dengan tema yang berkaitan.

---

<sup>14</sup>Ibid,38

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat bagi:

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diperlukan menjadi penelitian ilmiah dengan hasil observasi, eksplorasi dan analisis yang patut dan layak sebagai tugas akhir dalam bentuk penelitian pendidikan jenjang strata satu (S1).

### b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi tolok ukur pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan dengan menilai kekurangan karyawannya.

### c. Bagi Lembaga

Mahasiswa dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai tambahan indikasi referensi, terutama bagi sivitas akademika Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS Jember), terkhusus Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

### d. Bagi Pembaca

Kajian ini bisa menjadi landasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya sekaligus menjadi titik tolak untuk penelitian-penelitian serupa. Selain itu, penelitian ini memberikan data mengenai pengaruh pola kemitraan, perluasan usaha, dan komunikasi pemasaran terhadap keberhasilan usaha.

## E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup digunakan untuk mengklasifikasi kajian berbagai hal. Ini akan membantu menjaga fokus tentang setiap studi pada topik dan mencegahnya menyimpang ke topik yang tidak terkait. Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah karakter, properti atau nilai seseorang, objek atau aktivitas yang menunjukkan karakteristik tertentu yang ditentukan berlandaskan penelitian yang diperiksa dan kesimpulan yang ditarik darinya.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu sebagai berikut:

#### a. Variabel Independen atau variabel bebas

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang memberi pengaruh atau dampak berubahnya keberadaan variabel terikat (tergantung).<sup>16</sup> Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ekspansi Usaha (X1)
- 2) Pola Kemitraan (X2)
- 3) Komunikasi Pemasaran (X3)

<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

<sup>16</sup>Ibid., 39.

b. Variabel Dependen atau variabel terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, perubahan sebagai hasil dari perubahan pada variabel bebas.<sup>17</sup> Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah:

- 1) Keberhasilan Usaha (Y)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel ditemukan, tahapan selanjutnya yaitu mengidentifikasi parameter atau indikator penelitian yang menjadi acuan penelitian empiris.

a. Indikator Ekspansi Usaha (X1)

- 1) Penetrasi pasar
- 2) Pengembangan pasar
- 3) Pengembangan produk
- 4) Pertumbuhan integratif
- 5) Diversifikasi

b. Indikator Pola Kemitraan (X2)

- 1) Inti plasma
- 2) Subkontrak
- 3) Dagang umum
- 4) Keagenan
- 5) Waralaba

---

<sup>17</sup>Ibid., 39.

c. Indikator Komunikasi Pemasaran (X3)

- 1) Iklan
- 2) Promosi penjualan
- 3) Hubungan masyarakat
- 4) Pemasaran langsung
- 5) Pemasaran perseorangan

d. Indikator Keberhasilan Usaha (Y)

- 1) Peluang pasar yang baik
- 2) Kualitas barang atau jasa
- 3) Menghargai pelanggan dan pegawai
- 4) Manajemen berkualitas
- 5) Dukungan modal yang kuat

**F. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan keterangan pemaknaan yang menjadi dasar evaluasi empiris suatu variabel penelitian dengan menggunakan rumus yang dilandaskan pada indikator-indikator variabel tersebut.<sup>18</sup>

1. Ekspansi Usaha

Ekspansi usaha merupakan tindakan krusial yang mesti dilakukan oleh para pengusaha setelah usahanya berdiri dan memiliki pasar yang jelas. Fase berikutnya, dan komponen dari ambisi pengusaha, adalah mengembangkan perusahaan mereka melalui kegiatan ekspansi bisnis.<sup>19</sup>

<sup>18</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 38.

<sup>19</sup>Rusydi Ananda, Tien Rafida, *Pengantar Kewirausahaan Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*, 187.

## 2. Pola Kemitraan

Model kemitraan adalah model kerjasama bisnis antara perusahaan besar dan kecil dengan maksud untuk saling menguntungkan, saling membutuhkan, dan memperkuat.<sup>20</sup>

## 3. Komunikasi Pemasaran

Teknik komunikasi pemasaran digunakan untuk menginformasikan, menyampaikan, dan secara halus mengingatkan khalayak ramai tentang produk dan merek yang mereka tawarkan. (Kotler dan Keller).<sup>21</sup>

## 4. Keberhasilan Usaha

Hasil optimal dari aktivitas perusahaan dikenal sebagai kesuksesan bisnis. Kesuksesan ini ditandai dengan peningkatan pendapatan perusahaan dibanding periode sebelumnya, dan kesuksesan bisnis juga ditandai dengan tercapainya suatu tujuan.<sup>22</sup>

## G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian, dikenal juga dengan hipotesis dasar atau premis, adalah konteks pemikiran yang diyakini benar, oleh para peneliti. Sebelum mulai mengumpulkan data, peneliti harus secara eksplisit menetapkan asumsi fundamentalnya. Selain memberikan dasar yang kuat untuk masalah yang

<sup>20</sup> Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha, Konsep dan Strategi*, (Michigan:Pustaka Sinar Harapan, 2009), 216.

<sup>21</sup> Astri Rumondang Banjarnahor,dkk, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta, Yayasan Kita Menulis, 2021), 28.

<sup>22</sup>Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Grasindo, 2003), 28.

sedang dipelajari, asumsi dasar juga mendukung variabel fokus penelitian dan bantuan dalam menghasilkan hipotesis.<sup>23</sup>

Dalam penelitian ini perlu dijelaskan presumsi mendasar yang akan menjadi landasan dasar teori laporan penelitian agar kegiatan penelitian yang dilakukan sesuai dengan karakter objek penelitian. Berikut ini adalah pernyataan rinci dari asumsi dasar penelitian:

1. Sesuai dengan apa yang telah dipaparkan di bagian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi penulis dan pihak-pihak yang bersangkutan.
2. Berlandaskan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa semua informan dapat menjawab kumpulan pertanyaan pada sebaran kuesioner dengan benar dan memberikan jawaban berlandaskan pada pengalaman pribadinya, apa yang terjadi di lapangan, dan bagaimana perasaannya sebagai karyawan.
3. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan bisnis, pola kemitraan, dan komunikasi pemasaran semuanya bekerja sama untuk mempengaruhi kesuksesan perusahaan Salman Agro Farm.

Dari semua perkiraan yang telah dijelaskan di atas tidak lepas dari sebuah kekeliruan, oleh karena itu, diperlukan tanggapan, masukan, dan sanggahan akan membantu dalam perbaikan dan penyempurnaan pengerjaan penelitian ini.

---

<sup>23</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 39.

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah respon terhadap rumusan masalah yang bersifat masih sementara, yang dinyatakan sebagai pertanyaan, memiliki solusi sementara. Pernyataan ini dibuat secara temporal karena solusi yang diberikan hanya dilandaskan pada teori, filosofi dan konsep yang bersangkutan dan belum pada fakta-fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Sebagai tanggapan teoritis, bukan empiris, terhadap pernyataan topik penelitian, hipotesis juga dapat disajikan.

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian yang merumuskan hipotesis. Diperkirakan bahwa peneliti yang menggunakan metodologi kuantitatif akan menguji hipotesis ini daripada merumuskannya dalam penelitian kuantitatif.<sup>24</sup> Berikut pemaparan hipotesis dalam penelitian ini adalah;

1. H<sub>0</sub>: Tidak ada dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel ekspansi usaha terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.  
H<sub>1</sub>: Adanya dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel ekspansi usaha terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.
2. H<sub>0</sub>: Tidak ada dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel pola kemitraan terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 63.

H2: Adanya dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel pola kemitraan terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

3. H0: Tidak ada dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel komunikasi pemasaran terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

H3: adanya dampak signifikan yang disebabkan oleh variabel komunikasi pemasaran terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

4. H0: Tidak ada dampak signifikan secara menyeluruh dari ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran terhadap variabel keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

H4: Adanya dampak signifikan secara menyeluruh dari ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

## **I. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kuantitatif, yang diinterpretasikan sebagai studi penelitian berdasarkan filosofi positivisme, dipergunakan untuk meninjau populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan alat penelitian, pengolahan data dengan teknik

kuantitatif, dan statistik dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Karena analisisnya didasarkan pada statistik dan bahan penelitiannya berupa angka-angka, maka pendekatan ini dikenal dengan pendekatan kuantitatif.<sup>25</sup>

Penelitian deskriptif kuantitatif digunakan dalam jenis penelitian ini. Penelitian deskriptif adalah suatu model yang tidak menggunakan rekayasa untuk menginterpretasikan subjek atau objek yang diteliti. Meliputi hubungan antara kegiatan, cara pandang, sikap, dan proses yang mempengaruhi suatu kejadian.

## 2. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Istilah "populasi" mengacu pada area abstraksi yang mencakup item atau subjek dengan indikasi serta idiosinkrasi khusus dimana peneliti telah menetapkan untuk dipelajari dan dipahami dari mana kesimpulan dapat dibuat. Akibatnya, populasi mencakup orang dan objek non-manusia dan fenomena alam. Populasi suatu objek atau subjek juga lebih dari sekadar kuantitas yang ada; itu juga merujuk pada semua sifat atau kualitas yang ada pada subjek atau objek.<sup>26</sup> Instrumen populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

---

<sup>25</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung; Alfabeta: 2016), 63.

<sup>26</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 80.

Karyawan yang bekerja di Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember berjumlah 30 orang.<sup>27</sup>

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti.<sup>28</sup> Dalam penelitian ini, pengambilan *sampel jenuh* adalah metode pilihan untuk pengujian sampel. Teknik pengambilan sampel yang disebut *sampling jenuh* memakai keseluruhan sampel yang diambil dari seluruh populasi.<sup>29</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan perusahaan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

### 3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan, kebijakan yang terorganisir dan didukung digunakan yang disebut pengumpulan data. Jika diperhatikan, terdapat berbagai metode pengumpulan data yang berbeda, termasuk *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan kombinasi dari ketiganya.<sup>30</sup> Beberapa metode pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini, diantaranya:

#### a. Wawancara

Wawancara/*interview* diperlukan untuk prosedur pengumpulan informasi untuk mengarahkan studi pemula untuk mendapatkan masalah

<sup>27</sup> Salman Alfarizi (Pemilik Usaha Salman Agro Farm), Wawancara,.....07/12/2020

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 81.

<sup>29</sup> *Ibid.*, 85.

<sup>30</sup> *Ibid.*, 137.

yang harus dipertimbangkan, dan selanjutnya untuk memahami berbagai hal dari informan yang banyak dan jumlah informan sedikit/kecil.<sup>31</sup>

b. Kuesioner (angket)

Sebagai bagian dari model penghimpunan data kuesioner, informan diberikan beberapa pertanyaan lengkap atau pertanyaan tertulis untuk dijawab sebagai tanggapan. Kuesioner adalah cara yang efektif dan efisien untuk menghimpun data ketika peneliti yakin akan variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan oleh informan.<sup>32</sup>

Berikut patokan yang diperlukan bagi penelitian yaitu dengan memakai skala likert sebagai berikut:

- |                              |               |
|------------------------------|---------------|
| 1) Sangat Setuju (SS)        | diberi skor 5 |
| 2) Setuju (S)                | diberi skor 4 |
| 3) Ragu (R)                  | diberi skor 3 |
| 4) Tidak Setuju (TS)         | diberi skor 2 |
| 5) Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

Penetapan lima kategori tersebut sebagai skala di atas menunjukkan bahwa intensitas penilaian informan tergambar dengan tepat.

c. Observasi

Observasi adalah suatu pengamatan atau pengujian pada objek (populasi dan sampel) tertentu untuk mengumpulkan fakta, data, hingga

<sup>31</sup>Ibid., 138.

<sup>32</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 142.

nilai dari objek tersebut di lapangan.<sup>33</sup> Untuk memperoleh data informasi yang diperlukan untuk melakukan penelitian lebih lanjut, observasi juga merupakan tindakan yang berfokus pada satu metode atau item dengan maksud untuk mengalami yang kemudian dapat memahami suatu fenomena berlandaskan keyakinan dan konsep yang tertanam sebelumnya. Namun, lokasi yang bertindak sebagai tempat penelitian harus memberikan persetujuan tertulis atau lisan untuk pengamatan ini.

Bagaimana memberi nilai atau kode pada setiap item, serta menilai validasi dan reliabilitas instrumen yang telah digunakan, merupakan hal lain yang perlu dicakup dalam instrumen penelitian ini.

#### 1) Uji Validitas

Uji validasi adalah pengujian yang memeriksa apakah suatu ukuran instrumen valid hingga titik tertentu. Validasi adalah sejauh mana fungsi suatu alat ukur dapat mengukur objek pengukuran. Di sisi lain, instrumen tersebut tidak valid dan tidak akurat mewakili variabel yang diteliti jika nilai validitasnya rendah. Data dianggap dapat mempresentasikan variabel yang dapat diukur seperti yang diminta oleh peneliti jika suatu instrumen memiliki tingkat validitas yang tinggi.

Sebuah program komputer bernama SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) dipakai untuk melakukan pengujian validitas dalam penelitian ini. Dengan mempertimbangkan hasil

---

<sup>33</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 23.

keluaran SPSS dengan tabel  $r$  dan mengukur kekuatan asosiasi ( $r$  hitung), dengan ketentuan sebagai berikut.<sup>34</sup>

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka data dinyatakan valid

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka data dinyatakan tidak valid

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memastikan apakah fokus atau penyelarasan pengukuran ada dalam data. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah menggunakan perangkat tersebut sebagai alat ukur informan sudah praktis atau tidak. Metode *Cronbach Alpha* dipakai dalam penelitian ini untuk menentukan reliabilitasnya. Metode ini menggunakan skala dari 0 sampai 100 untuk pengukurannya, dan suatu instrumen dinyatakan *reliabel* jika nilai alpha-nya lebih besar dari 60%.<sup>35</sup>

## 4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan langkah yang perlu diambil setelah semua data informan terakumulasi. Kegiatan dalam analisis data meliputi tabulasi data berlandaskan variabel dari seluruh informan, menyajikan data untuk setiap komponen yang diteliti mengidentifikasi data berlandaskan variabel dan kategori informan, mempertimbangan dan memperhitungan untuk menjawab permasalahan dan rumusan masalah, serta menghitung untuk memverifikasi hipotesis yang

---

<sup>34</sup> Aminatus Zahriya, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jember, 2018), 99.

<sup>35</sup> Aminatus Zahriya, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jember, 2018), 95.

telah ditetapkan. Metode uji analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

**a. Uji Asumsi Klasik**

Prosedur yang dipakai dalam proses uji asumsi klasik menerapkan cara kerja yang sama dengan pengujian regresi karena dilakukan bersamaan dengan proses pengujian regresi berganda.<sup>36</sup>

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu teknik agar dapat menentukan apakah data yang terhimpun terdistribusi normal atau tidak. Suatu himpunan data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai sisa baku umumnya mendekati rata-rata.<sup>37</sup> Untuk menilai apakah sebaran data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, digunakan analisis uji *Kolmogorov-Smirnov*.

2) Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen (bebas) digunakan uji multikolinieritas. Dalam model regresi yang layak, seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen/bebas. Jika variabel independen berkorelasi, variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel independen dengan nilai korelasi di antara mereka yang sama dengan nol dikenal sebagai variabel ortogonal.

---

<sup>36</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 181.

<sup>37</sup> Aminatus Zahriya, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jember, 2018), 61.

Pemeriksaan Tolerance (TOL) dan Variance Inflation Faction (VIF) dalam model regresi merupakan salah satu cara untuk mengidentifikasi tanda-tanda multikolinieritas. Setiap variabel independen mengalami regresi terhadap variabel independen lainnya menjadi variabel dependen (terikat). Multikolinieritas tidak terdapat dalam model jika nilai VIF kurang dari 10.<sup>38</sup>

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji apakah variabel pengganggu dalam persamaan regresi memiliki varians yang sama. Jika variansnya tidak sama maka akan terdeteksi adanya heteroskedastisitas, dan jika variansnya sama maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.<sup>39</sup>

Metode untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas ialah dengan metode *Glejser*. Metode *Glejser* melibatkan regresi variabel independen ke nilai absolut residualnya untuk menemukan adanya heteroskedastisitas.<sup>40</sup> Adanya heteroskedastisitas tidak dapat dideteksi ketika selisih absolute residual antar variabel kurang dari 0,05.

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik statistik yang dikenal dengan analisis regresi linier berganda dipakai untuk menyelidiki korelasi yang ada antara variabel

<sup>38</sup> Sandu Siyoto dkk, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 105.

<sup>39</sup> Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS & LISRAEL*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 336.

<sup>40</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 83.

bebas dan variabel terikat. Pengaruh ekspansi usaha, pola kemitraan, dan komunikasi pemasaran terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari, Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember adalah variabel bebas dalam ulasan ini yang akan diuji pada variabel dependennya. Menggunakan rumus ekonometrika berikut:<sup>41</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keberhasilan Usaha
X <sub>1</sub>	= Ekspansi Usaha
X <sub>2</sub>	= Pola Kemitraan
X <sub>3</sub>	= Komunikasi Pemasaran
A	= Konstanta / Kemiringan Slope
$\beta_1, \beta_2$ dan $\beta_3$	= Koefisien
e	= <i>Error Term</i>

### c. Uji Hipotesis

#### 1). Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t diimplementasikan untuk menunjukkan berapa besar kontribusi tiap-tiap variabel independen/bebas terhadap penjelasan variabel dependen/terikat.<sup>42</sup> Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

<sup>41</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jember, 2018), 54.

<sup>42</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 62.

$H_0$  = variabel independen/bebas (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) tidak berdampak secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat yaitu keberhasilan usaha.

$H_a$  = variabel independen/bebas (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) berdampak signifikan terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha.

Memfaatkan angka signifikansi probabilitas sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- a) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak
- b) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima

Pada penelitian ini konsep uji t yang kedua adalah dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Dasar pengambilan keputusannya adalah:<sup>43</sup>

- a)  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} =$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
  - b)  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} =$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2). Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tujuan utama dari pengujian uji F adalah untuk memastikan apakah keseluruhan variabel independen/bebas model mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat secara bersama-sama.<sup>44</sup> Hipotesis yang digunakan adalah:

<sup>43</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, (Jember: 2018), 56.

<sup>44</sup> *Ibid.*, 63.

$H_0$  = variabel independen (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) bersama-sama tidak memberi dampak yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha.

$H_a$  = variabel independen (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) bersama-sama memberi dampak yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha.

Kriteria pengambilan keputusan:<sup>45</sup>

a) Hipotesis diterima jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $Sig. < 0,05$ .

b) Hipotesis ditolak jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $Sig. > 0,05$ .

### 3). Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Kemampuan model dalam menginterpretasikan variasi variabel dependen pada dasarnya diukur dengan determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi bernilai antara 0 sampai 1. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat dibatasi oleh nilai  $R^2$  yang rendah. Jika variabel independen memiliki nilai mendekati 1, ini menunjukkan bahwa mereka memiliki mayoritas data informasi yang digunakan untuk menerka variasi variabel dependen.<sup>46</sup>

## J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang memuat uraian terkait perkembangan skripsi dari bagian awal pendahuluan hingga kesimpulan pembahasan.

<sup>45</sup> Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional), 40.

<sup>46</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 31.

Sistematika pembahasan ditulis dengan gaya deskriptif - naratif, bukan seperti daftar isi.<sup>47</sup> Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian sebagai berikut:

**BAB I Pendahuluan**, yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, ruang lingkup (variabel dan indikator penelitian), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, analisis data, dan sistematika pembahasan. Tujuan bab ini adalah untuk memudahkan pembaca memahami pembahasan secara umum.

**BAB II Kajian Kepustakaan**, berisi rangkuman kajian-kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, serta kajian-kajian teori yang membahas teori-teori terkait yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian.

**BAB III Metode Penyajian Data**, Penyajian data dan analisis data yang dibahas dalam bab ini mencakup uraian objek penelitian, penyajian data, analisis, penyajian hipotesis, dan pembahasan.

**BAB IV Penutup**, bagian ini mencakup tentang penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

---

<sup>47</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 42.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Dalam sub ini mencakup ringkasan penelitian baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan setelah membuat daftar temuan penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan menyelesaikan fase ini, orisinalitas dan kekhasan penelitian yang diusulkan akan dievaluasi sejauh mana.<sup>48</sup> Diantaranya adalah:

1. Akh. Washil Khalifi (2018), “Strategi Pengembangan Kemitraan Usaha di PT. Allinma Universal Surabaya” Program Studi Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.<sup>49</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari strategi atau tindakan Allinma Universal untuk mengembangkan bisnis melalui kemitraan dengan bisnis lain.

Masalah penelitian ini adalah bagaimana PT Allinma Universal mengimplementasikan strateginya dalam membentuk kemitraan bisnis.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang dikenal dengan metode penelitian kualitatif. Menurut Juliansyah Noor, penelitian deskriptif mencoba mengkarakterisasi suatu gejala, kejadian, atau fenomena lain yang sedang berlangsung.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa untuk mengamankan diri dari ancaman eksternal, Allinma Universal menggunakan peluang. Di

---

<sup>48</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, 39.

<sup>49</sup>Akh. Washil Khalifi, “Strategi Pengembangan Kemitraan Usaha di PT. Allinma Universal Surabaya”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2018), 66.

Mekkah dan Madinah, Allinma Universal menjunjung tinggi strategi layanan. Untuk mengatasi kekurangan karyawan, Allinma Universal memanfaatkan kekuatan kepemimpinan secara maksimal. Setelah proses kemitraan telah selesai, Allinma Universal melakukan evaluasi langsung.

Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah dari variabel X, yaitu kemitraan.

2. Andi Miftahul Janna Habil (2018), “Pengaruh Pengembangan dan Keberhasilan Usaha Mikro Terhadap Pelaku Usaha Mikro dari Aspek Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur)” Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Makassar.<sup>50</sup>

Maksud penelitian ini yaitu untuk memahami apakah analisis perkembangan usaha mikro mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap hukum dagang syariah, apakah analisis keberhasilan usaha mikro mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap hukum dagang syariah, untuk mengetahui apakah analisis perkembangan dan keberhasilan usaha mikro bersamaan mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap hukum bisnis syariah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif atau disebut juga penelitian ilmiah sistematis terhadap bagian-bagian, fenomena, dan hubungannya.

---

<sup>50</sup>Andi Miftahul Janna Habil, “Pengaruh Pengembangan dan Keberhasilan Usaha Mikro Terhadap Pelaku Usaha Mikro dari Aspek Hukum Ekonomi Syari’ah (Studi Kasus di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur)”, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, 2018), 37.

Penelitian ini menemukan bahwa variabel pelaku ekonomi dipengaruhi oleh variabel perkembangan usaha mikro, variabel pelaku ekonomi dipengaruhi oleh variabel keberhasilan usaha mikro, dan variabel pelaku ekonomi dipengaruhi secara simultan oleh variabel sistem pembangunan dan variabel keberhasilan usaha mikro.

Perbedaan dari penelitian ini adalah variabel Y, yaitu pelaku usaha mikro. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif.

3. Fitri Rachmawati (2018), “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya” Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.<sup>51</sup>

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan batasan dan manfaat pelaku UKM Pahlawan Ekonomi (UKM) Surabaya yang menerapkan pemasaran digital dalam memasarkan produknya, dan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UKM Pahlawan Ekonomi Surabaya melalui pemasaran digital.

Metode penelitian kualitatif yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan model yang didasarkan pada *grounded theory*. Meskipun sering digunakan untuk mengembangkan atau memodifikasi teori yang ada, tujuan dari *grounded theory* biasanya adalah penciptaan teori baru.

---

<sup>51</sup>Fitri Rachmawati, “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2018), 87.

Hasil dari penelitian ini adalah penerapan strategi komunikasi pemasaran digital oleh UKM Diah Cookies dan UKM Pawon Kue yang meliputi penyampaian positioning statement di setiap postingan Facebook dan Instagram serta membangun relasi yang responsif dengan pelanggan. Keterbatasan dan keunggulan digital marketing bagi UKM Diah Kue Kering dan UKM Pawon kue.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah dari variabel X, yaitu komunikasi pemasaran.

4. Eka Ratna Dewi (2018), “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Kuliah di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya” Program Studi Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.<sup>52</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah komunikasi pemasaran berdampak pada minat mahasiswa dalam mengikuti perkuliahan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif. menggunakan metodologi penelitian asosiatif, yaitu gaya penelitian yang mempekerjakan setidaknya dua variabel terkait. Penelitian dengan pendekatan asosiatif mendeteksi korelasi antara satu variabel independen/bebas dengan variabel dependen/terikat.

---

<sup>52</sup>Eka Ratna Dewi, “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Kuliah di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya”, (Skripsi: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, Bandar Lampung, 2018), 48.

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh komunikasi pemasaran (X) terhadap minat kuliah (Y) mahasiswa IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel Y, yaitu minat kuliah. Persamaan dari penelitian ini adalah dari metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif.

5. Murtadho (2019), “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi” Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.<sup>53</sup>

Maksud penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana pesan pemasaran memberi dampak terhadap pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Saat mempresentasikan temuan penelitian, metode kualitatif deskriptif digunakan untuk menunjukkan temuan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran memberikan dampak signifikan pada pembiayaan murabahah yang diberikan oleh bank syariah di kantor cabang Jambi, yang ditunjukkan dengan nilai pada tingkat signifikan 5% atau 0,000.

---

<sup>53</sup>Murtadho, “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi, 2019), 48.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel Y, yaitu pembiayaan murabahah. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif.

6. Ifa Nur Hidayah (2016), “Pola Kemitraan Sub Kontrak Antara Petani Tebu Dengan Pabrik Gula Ngadirejo Kabupaten Kediri” Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Jember.<sup>54</sup>

Maksud penelitian ini yaitu untuk menginterpretasikan bagaimana petani tebu di Ngadirejo Kabupaten Kediri dan pabrik gula melakukan kerjasama subkontrak.

Metode penelitian kualitatif yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif. Dengan jenis penelitian deskriptif ini, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan situasi atau fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilakukan dengan cara mendeskripsikannya dengan kata-kata atau bahasa.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hubungan kemitraan subkontrak yang terbentuk antara petani tebu dengan pabrik gula Ngadirejo muncul karena adanya keperluan untuk “saling membutuhkan”. Untuk melaksanakan model kemitraan ini, kedua belah pihak harus melaksanakan peran dan prosedur yang telah disepakati dalam kontrak di awal kemitraan. Kerjasama dikendalikan berlandaskan hak dan kewajiban kedua belah pihak.

---

<sup>54</sup>Ifa Nur Hidayah, “Pola Kemitraan Sub Kontrak Antara Petani Tebu Dengan Pabrik Gula Ngadirejo Kabupaten Kediri”, (Skripsi: Universitas Jember, Jember, 2016), 37.

Perbedaan dari penelitian ini adalah menerapkan metode penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini terdapat pada variabel X, yaitu pola kemitraan.

7. Zainun Aziz (2017), “Pengaruh Promosi Penjualan Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Malang” Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.<sup>55</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara bersamaan variabel promosi penjualan yang terdiri dari *free sample*, potongan harga, *bundling price*, undian sama-sama memberikan dampak terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Ayam Bawang Cak Per. Untuk menentukan secara parsial variabel promosi penjualan yang terdiri dari *free sample*, potongan harga, *bundling price*, undian, setiap variabel memberikan dampak yang kuat terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Ayam Bawang Cak Per. Untuk menentukan alat promosi penjualan yang memiliki dampak terbesar pada minat beli konsumen pada rumah makan Ayam Bawang Cak Per.

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kuantitatif. Menggunakan strategi berbasis survei. Metode survei dibutuhkan untuk dilakukan dalam penghimpun data, metode survei adalah model yang digunakan untuk mendapat data mengenai objek lokasi tertentu yang alami

---

<sup>55</sup>Zainun Aziz, “Pengaruh Promosi Penjualan Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Malang”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2017), 64.

(bukan buatan), misalnya dengan memberikan survei, tes, wawancara terstruktur, dan bahan sejenis lainnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa Bundling Price adalah Strategi promosi penjualan dengan dampak terbesar pada minat beli konsumen rumah makan ayam bawang cak per malang.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel Y, yaitu minat beli konsumen. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif.

8. Hasnih (2016), “Analisis Tingkat Kepuasan Peternak Broiler Dengan Pola Kemitraan Terhadap Kinerja PT. Srikandi Agung Makassar (Studi Kasus Kabupaten Maros)” Program Studi Ilmu Peternakan, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.<sup>56</sup>

Maksud pelaksanaan penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui struktur kemitraan PT. Agung Srikandi Makassar Untuk mengetahui seberapa puas peternak plasma mitra dengan kinerja pelayanan PT. Agung Srikandi Makassar

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan pendekatan metode survey.

Hasil dari penelitian ini adalah model kemitraan yang diterapkan oleh PT. Srikandi Agung Makassar adalah model Plasma inti dimana perusahaan berperan sebagai inti untuk memastikan bahwa peternak memiliki akses ke fasilitas produksi yang mereka butuhkan berupa DOC,

<sup>56</sup>Hasnih, “Analisis Tingkat Kepuasan Peternak Broiler Dengan Pola Kemitraan Terhadap Kinerja PT. Srikandi Agung Makassar (Studi Kasus Kabupaten Maros)”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar, 2016), 55.

pakan, obat-obatan serta peralatan berupa beby chick, gasolek, tempat minum, serta memasarkan hasil ternaknya. Sementara peternak bertindak sebagai Plasma yaitu menyiapkan lahan, kandang dan tenaga kerja. persentase kepuasan peternak terhadap kinerja PT. Srikandi Agung Makassar adalah 84%, angka tersebut menunjukkan kepuasan yang tinggi.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel Y, yaitu kinerja. Persamaan dari penelitian ini adalah dari variabel X yaitu pola kemitraan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

9. Ani Bresti Muspita (2018), “Pengaruh Adopsi Inovasi dan Harga Produk Terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bisnis *Online* Artemis Fashion di Kota Bandar Lampung)” Program Studi Ekonomi Syari’ah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>57</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan dan memahami pengaruh penerimaan kemajuan dan biaya barang terhadap pencapaian bisnis. Untuk menentukan dan menjelaskan, dari perspektif ekonomi Islam, dampak adopsi inovasi dan harga produk terhadap kesuksesan bisnis.

Penelitian ini memakai teknik penelitian kuantitatif, dengan pendekatan penelitian lapangan (field research) dan penelitian kepustakaan (library research). Penelitian lapangan (field research) akan menjadi penelitian yang diarahkan pada kejadian sebenarnya. Padahal penelitian

<sup>57</sup>Ani Bresti Muspita, “Pengaruh Adopsi Inovasi dan Harga Produk Terhadap Keberhasilan Usaha *Online Shop* Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bisnis *Online* Artemis Fashion di Kota Bandar Lampung)”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018), 105.

kepastakaan berfungsi sebagai literatur pendukung untuk memperoleh data dan informasi mengenai buku-buku inovasi dan harga produk yang diambil oleh pelaku usaha untuk menciptakan kesuksesan bisnis dan memastikannya terus berkembang sebagai hasil dari perluasan media sosial.

Hasil dari penelitian ini ditinjau dari perspektif ekonomi Islam fashion Artemis secara umum dapat mencapai kesuksesan komersial dengan tidak hanya terfokus pada nilai keuntungan yang didapat, untuk memberikan adopsi inovasi dan harga produk. fashion Artemis memilih untuk mendapat keridhaan Allah SWT tidak seperti kebanyakan perusahaan lain yang berorientasi pada nilai keuntungan. Artemis fashion membangun kesadaran dan kepercayaan saat menjalankan bisnis sesuai syariah.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel X, yaitu adopsi inovasi dan harga produk. Persamaan dari penelitian ini adalah dari variabel Y, yaitu keberhasilan usaha dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

10. Lia Mardiatul Aini (2019), "Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Pengrajin Gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat" Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Mataram.<sup>58</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertumbuhan usaha inventif pada industri gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Untuk mengetahui pemberdayaan ekonomi

<sup>58</sup>Lia Mardiatul Aini, "Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Pengrajin Gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2019), 34.

pengrajin gerabah di desa banyumulek kecamatan kediri kabupaten lombok barat.

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Dengan pendekatan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah bagian dari bentuk model dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Hasil dari penelitian ini adalah hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui kerajinan gerabah ini dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi pengrajin dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan dari penelitian ini adalah dari variabel X yaitu pengembangan usaha.

**Tabel 2.1 Persamaan Perbedaan**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Perbedaan	Persamaan
1.	Akh. Washil Khalifi (2018)	Menggunakan metode penelitian kualitatif.	Menggunakan variabel kemitraan (X).
2.	Andi Miftahul Janna Habil (2018)	Menggunakan Variabel Pelaku Usaha Mikro (Y).	Menggunakan metode penelitian kuantitatif.
3.	Fitri	Menggunakan metode	Menggunakan

	Rachmawati (2018)	penelitian kualitatif.	variabel komunikasi pemasaran (X).
4.	Eka Ratna Dewi (2018)	Menggunakan variabel minat kuliah (Y).	Menggunakan metode penelitian kuantitatif.
5.	Murtadho (2019)	Menggunakan variabel pembiayaan murabahah (Y).	Menggunakan metode penelitian kuantitatif
6.	Ifa Nur Hidayah (2016)	Menggunakan metode penelitian kualitatif.	Menggunakan variabel pola kemitraan (X).
7.	Zainun Aziz (2017)	Menggunakan variabel minat beli konsumen (Y).	Menggunakan variabel komunikasi pemasaran (X) dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.

8.	Hasnih (2016)	Menggunakan variabel kinerja (Y).	Menggunakan variabel pola kemitraan (Y) dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
9.	Ani Bresti Muspita (2018)	Menggunakan variabel adopsi inovasi dan harga produk (Y).	Menggunakan variabel keberhasilan usaha (Y) dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
10.	Lia Mardiatul Aini (2019)	Menggunakan penelitian kualitatif.	Menggunakan variabel pengembangan usaha (X).

Sumber: Data diolah 2021.

Seperti dapat dilihat dari tabel studi sebelumnya, tidak ada studi yang identik dengan yang dibahas oleh para peneliti. Peneliti menggunakan variabel Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2) dan Komunikasi Pemasaran (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Oleh karenanya peneliti

akan menelaah mengenai judul Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

## B. Kajian Teori

Analisis teoritis yang dijadikan tolak ukur penelitian dapat dilihat pada bagian ini. Berikut pembahasannya:

### 1. Strategi Pemasaran

#### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.<sup>59</sup>

#### b. Ada tiga faktor penentu nilai harga dan jasa, yaitu:

- 1) Produksi
- 2) Pemasaran
- 3) Konsumsi

#### c. Definsi Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli

---

<sup>59</sup> Marissa Grace Haque-Fzi, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 9.

Menurut Kotler dan Armstrong, strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.<sup>60</sup>

Menurut Kurtz, strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi, promosi, dan harga.

Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

d. Strategi yang dapat diterapkan entrepreneur dalam melakukan ekspansi usaha

1) Strategi Penetrasi Pasar

Strategi penetrasi pasar adalah salah satu yang menggunakan produk perusahaan untuk mengambil keuntungan dari pasar saat ini.

<sup>60</sup> Marissa Grace Haque-Fzi, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 10.

Teknik ini antara lain dilakukan dengan mendorong konsumen saat ini untuk melakukan pembelian yang lebih besar. Program komunikasi pemasaran dapat digunakan untuk melakukan ini, termasuk memberi penghargaan kepada klien untuk melakukan pembelian yang lebih besar.<sup>61</sup>

## 2) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi ini melibatkan, antara lain, memperoleh pelanggan dari bisnis saingan, membujuk pelanggan potensial untuk bersedia menggunakan produk perusahaan, dan memperluas distribusi produk perusahaan ke pasar yang sebelumnya belum tersentuh.<sup>62</sup>

## 3) Strategi Pengembangan Produk

Pemilik bisnis dapat memperkenalkan produk baru ke pasar yang telah dilayani selama ini agar perusahaan mampu bersaing dan berkembang dengan sukses. Produk baru dapat diartikan sebagai produk yang belum pernah ada sebelumnya (new to the world) atau produk lama dengan fitur yang diperbarui, kemasan baru, teknologi baru atau kualitas yang berbeda tentunya dengan kualitas yang lebih baik.<sup>63</sup>

## 4) Strategi Pertumbuhan Integratif

Alih-alih memperluas produk atau pasar yang ada, perusahaan memperluas dan mengembangkan dengan membeli bisnis lain di

---

<sup>61</sup>Ibid., 187.

<sup>62</sup>Ibid., 187.

<sup>63</sup>Ibid., 191.

sektor yang sama (akuisisi). Selama belum ada undang-undang yang melarang integrasi usaha dari hulu ke hilir, maka tindakan tersebut diperbolehkan.<sup>64</sup>

#### 5) Strategi Diversifikasi

Pengusaha yang mengidentifikasi potensi bisnis di luar industri yang sedang mereka geluti menggunakan strategi diversifikasi. Jika organisasi memiliki sumber daya dan kemampuan untuk memanfaatkan prospek komersial ini, ekspansi bisnis dengan rencana diversifikasi dapat dijajaki.<sup>65</sup>

#### e. Ekspansi Usaha

##### 1) Definisi

Menurut Bambang Riyanto (2008:301) menyatakan bahwa: Yang dimaksud dengan ekspansi adalah penambahan modal, baik modal kerja sendiri maupun modal kerja dan modal tetap yang digunakan terus menerus oleh perusahaan.<sup>66</sup>

Alex S. Nitisemito (2004:142) mengemukakan interpretasi ekspansi sebagai strategi di mana bisnis tumbuh dari skala yang minimalis ke skala bisnis yang lebih berkembang dan berorientasi maju karena meningkatnya minat dan pesanan akan produk atau layanannya.

<sup>64</sup>Ibid., 192.

<sup>65</sup>Ibid., 192.

<sup>66</sup>Sattar, *Buku Ajar Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 101.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2006:395) menyatakan bahwa: Peningkatan kapasitas pabrik, unit produksi baru, penambahan komponen baru, serta ekspansi bisnis melalui merger dan konsolidasi atau akuisisi perusahaan yang sudah ada merupakan contoh ekspansi.<sup>67</sup>

Setiap bisnis pada umumnya bercita-cita untuk berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan zaman. Ekspansi dan perubahan ini sering disebut sebagai pembangunan. Jika suatu usaha telah dapat berkembang, baik melalui penambahan aktiva tetap maupun dengan peningkatan produksi, maka dikatakan berkembang..<sup>68</sup>

Pengusaha perlu mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis mereka. Setelah perusahaan berdiri dan berjalan serta stabil dalam pemasaran, tahap selanjutnya adalah menumbuhkannya melalui kegiatan ekspansi bisnis, yang merupakan bagian dari impian pengusaha.<sup>69</sup>

## 2) Konsep Kemitraan

### a) Definisi

Kemitraan usaha tani adalah jalinan kerja sama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah atau besar (perusahaan mitra) disertai dengan

<sup>67</sup>Ibid., 101.

<sup>68</sup>Ibid., 101.

<sup>69</sup>Rusydi Ananda, Tien Rafida, *Pengantar Kewirausahaan Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*, 187.

pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar dengan memperhatikan prinsip saling menguntungkan (Sutawi, dan Yuliani, 2004). Sedangkan menurut Wie (1992) mengatakan, kemitraan merupakan kerja sama usaha antara perusahaan besar atau menengah yang bergerak dibidang produksi barang-barang maupun di sektor jasa dengan usaha kecil berdasarkan atas asas saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan.

Kemitraan usaha pertanian merupakan salah satu bentuk kerja sama yang mengacu pada terciptanya suasana keseimbangan, keselarasan, dan keterampilan yang didasari saling percaya antara perusahaan mitra dan kelompok melalui perwujudan sinergi kemitraan, yaitu terwujudnya hubungan yang saling membutuhkan, saling menguntungkan, dan saling memperkuat (Martodireso dkk., 2001).

Kemitraan juga diartikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Hafsah, 2000:43).

Konsep formal kemitraan yang tercantum dalam Undang-Undang No.9 Tahun 1995 menyatakan, kemitraan adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat,

dan saling menguntungkan. Konsep tersebut diperkuat pada peraturan pemerintah No. 44 Tahun 1997 yang menerangkan bahwa bentuk kemitraan yang ideal adalah saling memperkuat, saling menguntungkan, dan saling menghidupi (Sumardjono dkk., 2004: 16-17).<sup>70</sup>

### 3) Pola Kemitraan

#### a) Definisi

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memprioritaskan, saling bersikeras dan saling bermanfaat.<sup>71</sup>

Para ahli mengklaim bahwa kemitraan adalah relasi antara dua pihak atau lebih dengan tujuan menghasilkan uang, ketika situasi satu pihak berada dalam keadaan lebih buruk daripada yang lain tetapi hubungan tersebut menempatkan keduanya pada posisi di mana mereka dapat berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama secara objektif.

Kerja sama Gotong royong, artinya kerja sama antar berbagai pihak, baik secara individu maupun kolektif, adalah nama

<sup>70</sup> Zainal Abidin, Syamsir, *Koperasi dan Kemitraan Pertanian*, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2022), 275-276.

<sup>71</sup> Jeane Neltje Saly, *Usaha Kecil, Penanaman Modal Asing dalam Perspektif Pandangan Internasional*, (Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2000), 35.

lain dari kemitraan. Notoatmodjo mendefinisikan kemitraan sebagai upaya kerja sama formal antara orang, kelompok, atau organisasi untuk menyelesaikan kewajiban tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Muhammad Jafar Hafsah menuturkan bahwa kemitraan ialah skema bisnis yang digunakan secara kolektif oleh dua pihak atau lebih untuk jangka waktu tertentu berlandaskan konsep saling membutuhkan dan tumbuh untuk menguntungkan kedua belah pihak.

Menurut Lan Lion, kemitraan adalah pendekatan bisnis yang ditentukan oleh hubungan jangka panjang, kerja sama yang erat, dan rasa saling percaya, di mana pemasok dan pelanggan berkolaborasi untuk memajukan tujuan bersama.<sup>72</sup>

b) Unsur Kemitraan

Tiga unsur utama dalam kemitraan yaitu:<sup>73</sup>

1) Aspek kolaborasi antara usaha kecil di satu sektor dan usaha menengah atau besar di sektor lain.

2) Unsur tanggung jawab untuk membina dan mengembangkan pengusaha besar dan menengah.

3) Yang paling esensial untuk bisnis, saling mendukung dan menguntungkan.

c) Tujuan Kemitraan

<sup>72</sup> Sewaka, dkk. *Digital Marketing*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), 167.

<sup>73</sup> Ibid, 167.

Kolaborasi ini bertujuan untuk memberdayakan usaha kecil di bidang manajemen, produk penjualan, pemasaran penjualan, dan teknis. Hal ini juga mendorong mereka untuk menjadi mandiri demi kelangsungan usaha dan mampu beroperasi secara mandiri satu sama lain. Tujuan-tujuan berikut harus dicapai agar kemitraan dapat diterapkan.<sup>74</sup>

- 1) Menumbuhkan *income* usaha kecil dan masyarakat.
- 2) Menumbuhkan hasil dari anggaran bagi anggota mitra bisnis.
- 3) Menumbuhkan kestabilan dan memberdayai masyarakat dan bisnis kecil.
- 4) Menaikkan taraf ekonomi geografis, baik perdesaan, wilayah dan nasional.
- 5) Mengembangkan berbagai aktivitas.
- 6) Mengembangkan keuletan ekonomi nasional.

c. Hubungan Kemitraan

Hubungan kemitraan adalah model perkongsian antara dua atau lebih orang atau instansi untuk saling berbagi modal, risiko, dan saling memberi manfaat dengan mengkolaborasikan keterampilan satu sama lain.

Sebagai kelanjutan model hubungan kemitraan perlu dilakukan dan diusahakan sebagai berikut:<sup>75</sup>

<sup>74</sup>Sri Handini, dkk, *Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2019), 183.

<sup>75</sup> Sutiah, *Analisis Human Resource Development, Community Development dan Networking Perguruan Tinggi*, (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2020), 182-184.

### 1) Memiliki keinginan yang sama

Sebenarnya semua bisnis memiliki tujuan yang sama, yaitu bertahan dan berkembang. Untuk menjamin bahwa pelaku mitra usaha akan dapat menjual produk mereka dengan keuntungan yang sama, mereka harus secara konsisten memproduksi barang dan jasa kualitas unggul dengan harga yang wajar. Kesalahan yang sering terjadi adalah menjadikan keuntungan sebagai tujuan utama perusahaan.

### 2) Saling Memanfaatkan

Hasil yang saling menguntungkan bagi para mitra usaha harus dihasilkan oleh masing-masing pihak. Kerugian dalam kemitraan berkembang karena tidak mungkin menguntungkan satu pihak saja tanpa mempengaruhi pihak lain. Akibatnya, semua pihak harus bertemu dan diperlakukan sama; tidak dapat diterima jika satu pihak merasa lebih unggul dari yang lain.

### 3) Saling Meyakini

Biaya produksi, serta harga produk dan layanan akhir diperhitungkan saat menghitung kepercayaan timbal balik. Selain kejujuran dan niat baik, kepercayaan timbal balik didasarkan pada kapasitas masing-masing untuk memenuhi kesepakatan atau janji, seperti pembayaran tepat waktu, waktu yang disepakati, dan kualitas produk. Rasa saling percaya adalah faktor utama dalam membentuk

kemitraan. Untuk menata organisasi yang berkesinambungan, Anda harus menata perjalanan dengan keyakinan.

#### 4) Bersifat Terbuka

Keterbukaan berarti dalam penafsiran tertentu juga cukup luas, ketersediaan membagikan informasi kepada pihak lain (*partner*). Ada informasi harga dan berbagai karakteristik lainnya, tentu kedua belah pihak memiliki kewajiban hukum dan moral untuk menyembunyikannya. Keterbukaan dapat memperkuat rasa saling percaya, kebutuhan dan saling jujur.

#### 5) Memiliki Hubungan Jangka Panjang

Kerja sama jangka panjang adalah hasil dari menerapkan sikap saling percaya, saling memberi manfaat, dan kepentingan bersama di antara para pihak, tidak hanya 5 atau 10 tahun, seringkali berlangsung 20 tahun atau lebih. Peningkatan kualitas produknya juga dimungkinkan melalui hubungan kerja jangka panjang.

#### 6) Selalu melaksanakan koreksi dan penyempurnaan dalam Kualitas dan Harga/ Biaya

Salah satu prinsip utama kemitraan ialah merupakan bentuk bekerja sama para pihak yang terlibat untuk terus menaikkan kualitas produk atau layanan dan efektivitas, biaya, atau harganya. Akibatnya, bisnis dapat bertahan dalam persaingan pasar yang ketat. Perusahaan yang tangguh di pasar dapat terus eksis dan tumbuh di area seperti kualitas dan biaya produk, yang penting bagi kedua belah pihak.

#### d. Macam-macam Kemitraan

Kemitraan dijalankan menurut gagasan kemitraan yang sesuai dengan keadaan dan tujuan usaha yang dimitrakan. Berikut beberapa contoh pola kemitraan yang telah banyak digunakan:<sup>76</sup>

##### 1) Pola Inti Plasma

Pola hubungan kerja sama antara sejumlah mitra usaha yang disebut dengan plasma dan perusahaan inti yang bermitra disebut dengan pola inti plasma.

##### 2) Pola Subkontrak

Pola subkontrak adalah cara perusahaan dan kelompok perusahaan bekerja sama sebagai mitra untuk menghasilkan keperluan yang dibutuhkan perusahaan sebagai bagian dari elemen kegiatan produksinya.

##### 3) Pola Dagang Umum

Pola perdagangan umum adalah model kolaborasi mitra usaha dalam menawarkan barang dalam pasar ekonomi dengan kelompok usaha yang memenuhi permintaan perusahaan.

##### 4) Pola Keagenan

Pola keagenan adalah jenis kerja sama dimana usaha kecil diberikan hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa atas nama mitra usaha menengah sampai usaha besar.

##### 5) Waralaba

---

<sup>76</sup> Sutiah, *Analisis Human Resource Development, Community Development dan Networking Perguruan Tinggi*, (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2020), 185-190.

Waralaba adalah jenis kemitraan antara sekelompok mitra bisnis dan perusahaan mitra bisnis dimana sekelompok mitra bisnis bertindak sebagai pemilik waralaba dan menerima bimbingan dan dukungan dari manajemen dalam pertukaran hak lisensi dan merek dagang untuk saluran distribusi perusahaan.

### 3. Strategi Bauran Promosi

#### a. Definisi

Menurut Kotler dan Amstrong pemasar dapat memilih dari dua strategi bauran promosi dasar yaitu promosi tarik dan promosi dorong. Strategi dorong lebih melibatkan untuk mendorong produk melalui sarana pemasaran kepada konsumen akhir. Penjualan personal dan promosi dagang termasuk dalam strategi dorong. Sedangkan untuk strategi tarik, produsen memfokuskan pada kegiatan promosinya kepada konsumen akhir untuk membujuk mereka agar tertarik untuk membeli produk. Iklan dan promosi konsumen termasuk dalam strategi tarik ini.<sup>77</sup>

#### b. Menurut Kotler dan Amstrong, bauran promosi terdiri atas 5 alat-alat promosi, yaitu:

- 1) *Advertising* (Periklanan), yaitu semua bentuk presentasi dan promosi non personal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan, barang atau jasa. Bentuk promosi

<sup>77</sup> Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk*, (Sumatera Utara: PT. Inovasi Pratama Internasional), 14.

yang digunakan mencakup *broadcast, print, internet, outdoor,* dan bentuk lainnya.

2) *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bentuk promosi yang digunakan mencakup diskon, kupon, *displays, demonstrations, contest, sweepstakes,* dan *events.*

3) *Personal Selling* (penjualan perseorangan), yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *presentations, trade shows,* dan *incentive programs.*

4) *Public relation* (hubungan masyarakat), yaitu membangun hubungan yang baik dengan berbagai publik perusahaan supaya memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan menangani atau meluruskan rumor, cerita serta even yang tidak menguntungkan. Bentuk promosi yang digunakan mencakup *press releases, sponsorships, special events,* dan *web pages.*

5) *Direct marketing* (Penjualan langsung), yaitu hubungan langsung dengan sasaran konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan segera dan membina hubungan yang abadi dengan konsumen. Bentuk promosi yang digunakan

mencakup *catalogs*, *telephone marketing*, *kiosks*, internet, *mobile marketing* dan lainnya.

### c. Komunikasi Pemasaran

#### 1) Definisi

Perusahaan melakukan komunikasi pemasaran untuk memberitahu, menyanjung, dan menambah pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung, tentang produk dan merek yang mereka tawarkan.<sup>78</sup>

Yang dimaksud dengan “komunikasi pemasaran” adalah bentuk perilaku pemasaran yang memanfaatkan strategi komunikasi dengan maksud menginformasikan kepada masyarakat luas tentang keinginan perusahaan untuk sukses, khususnya terjadinya kenaikan pendapatan (*income*) dari produk yang ditawarkan, baik berupa barang produksi maupun jasa produksi. (Kennedy dan Soemanagara, 2006:5)<sup>79</sup>

#### 2) Model Komunikasi Pemasaran

a) Sender atau juga disebut sumber (*source*).

b) Pemasar memutuskan mengenai penyusunan pesan sehingga penerima, dalam hal ini pelanggan, dapat memahaminya dan merespons secara positif. Proses *encoding* mencakup seluruh

<sup>78</sup> M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, 2.

<sup>79</sup> *Ibid.*, 7.

prosedur, mulai dari pemesanan hingga mendapatkan jenis promosi yang akan digunakan.<sup>80</sup>

c) Penyampaian pesan melalui media (Proses transmisi)

d) Prosedur menangani pesan dan menafsirkannya (proses decoding). Sebagai hasil dari prosedur ini, penerima pesan memberikan interpretasi pesan.

e) Umpan balik pada pesan yang berasal dari Pemasar memberi tahu konsumen apakah pesan yang disampaikan sesuai dengan harapan yaitu, apakah konsumen merespons pesan tersebut secara positif atau buruk.<sup>81</sup>

### 3) Jenis-jenis Komunikasi Pemasaran

a) *Advertising* atau periklanan bentuk komunikasi pemasaran yang terkomersial. seringkali tidak bersifat pribadi, melainkan melambungkan kualitas bisnis untuk barang, layanan, atau konsep yang disediakan. Ini bersifat promosi dan membujuk pengguna suatu produk, serta bisnis atau organisasi tertentu untuk menggunakannya.<sup>82</sup>

b) *Sales promotion* atau promosi penjualan adalah aktivitas berbayar dan tidak berbayar dengan durasi singkat. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan, meyakinkan, dan membangun merek dari barang, layanan, atau konsep yang ditawarkan.

<sup>80</sup>Ibid., 11.

<sup>81</sup>Ibid., 12.

<sup>82</sup> Astri Rumondang Banjarnahor, dkk, *Manajemen Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), 18.

- c) Humas adalah proses terencana untuk memperkenalkan suatu produk kepada khalayak umum. Kegiatan promosi yang juga digunakan untuk melayani masyarakat secara langsung.
- d) Pemasaran langsung melibatkan aktivitas membujuk dan memerlukan interaksi aktif dengan klien. Komunikasi dapat dilakukan melalui telepon, email, faksimili, atau dengan tulisan. Tujuannya untuk mendapatkan feedback langsung dari konsumen.
- e) Pemasaran perseorangan merupakan bentuk interaksi klien langsung yang melibatkan komunikasi, melalui pertemuan-pertemuan tertentu dan dalam jaringan (*online*). Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan menciptakan kesan positif sehingga pelanggan akan membeli barang atau jasa yang ditawarkan, guna menaikkan angka penjualan.

#### 4. Wirausahawan dan Kewirausahaan

##### a. Definisi

Istilah kewirausahaan atau entrepreneurship sebenarnya berawal dari bahasa perancis yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Rihard Cantillon (1755). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B. Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumberdaya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ditingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi.

Wirausahawan (pengusaha) ialah individu yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha pada berbagai kesempatan.

Menurut Petter F. Drucker mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang telah ada sebelumnya.

Menurut Zimerrer kewirausahaan adalah proses kreatif untuk menciptakan inovasi dalam rangka memecahkan masalah serta menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan. Kesimpulannya, kewirausahaan adalah kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha yang memerlukan kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya.<sup>83</sup>

b. Pola Pikir Wirausahawan

Pola pikir wirausaha didefinisikan sebagai perspektif atau cara memandang sekitar sebagai peluang usaha. Peluang usaha muncul dari kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Menurut Neal Thornberry pola pikir wirausaha adalah sebagai berikut:<sup>84</sup>

1) Memiliki Locus of Control Internal

Locus of control adalah istilah untuk menggambarkan kendali seseorang terhadap hidupnya. Para wirausahawan selalu

<sup>83</sup> I Gst. B Ngr.P.Putra, dkk, *Kewirausahaan*, (Bandung: Nilacakra Publishing House, 2021), 2.

<sup>84</sup> Ibid, 3-5.

percaya dan berusaha untuk mengendalikan kehidupannya dengan menciptakan jalan suksesnya sendiri dengan cara berwirausaha.

## 2) Memiliki Toleransi Terhadap Ambiguitas

Salah satu hambatan untuk berkeaktifan adalah keengganan untuk berbeda diantara yang lain, ketidaksediaan untuk mencari hal yang tidak biasa. Sementara untuk wirausahawan harus terbiasa untuk berpikir atau memiliki toleransi terhadap ambiguitas.

## 3) Konsistensi untuk Selalu Beraktivitas

Wirausahawan sangat lekat dengan kreativitas. Melalui kreativitas, banyak hal dapat dikonversi menjadi peluang usaha atau ide bisnis. Perlu konsistensi untuk terus beraktivitas agar mampu menciptakan ide baru yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan competitor.

## 4) Rasa Urgensi yang Tinggi

Ide bisnis merupakan suatu hal yang sangat krusial keberadaannya serta memiliki tingkat urgensitasnya tinggi bagi seorang wirausahawan.

## 5) Ketekunan

Bagi wirausahawan, tahap berikutnya adalah untuk merealisasikan ide, mereka tetap tekun untuk memelihara dan menyesuaikan ide bisnis yang dimiliki dengan permintaan pasar.

## 6) Optimis

Optimis berkaitan dengan keyakinan terhadap usaha yang dilakukan tanpa kehilangan antusias. Yakin untuk tujuan jangka pendek usaha yaitu pemenuhan tujuan misalnya target laba, serta tujuan jangka panjang yakni sustainabilitas usaha.

## 5. Keberhasilan Usaha

### a. Definisi

Keberhasilan bisnis adalah ketika modal usaha tersedia, alokasi kegiatan produksi produk dan mencapai tujuan organisasi.<sup>85</sup> Algifari berpendapat bahwa efektivitas proses produksi yang dikategorikan berlandaskan efisiensi ekonomi dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha. Henry Faizal Noor mengemukakan bahwa kesuksesan perusahaan terutama diukur dari seberapa baik pencapaian tujuannya, sebuah perusahaan dikatakan sukses jika menghasilkan keuntungan karena itulah yang ingin dilakukan oleh bisnis.<sup>86</sup> Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi menghasilkan kesuksesan bisnis. Suatu organisasi harus mengerahkan upaya dengan berfokus pada strategi, berpegang pada teori dinamis, memiliki kapabilitas internal, persaingan inti, kreativitas, dan inovasi. Keberhasilan dalam bisnis biasanya diukur dari seberapa besar skala bisnisnya. Jumlah produksi yang mampu membelanjakan lebih banyak untuk bahan baku menandakan keberhasilan usaha tersebut. Dengan

<sup>85</sup> Ina Primiana, *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 49.

<sup>86</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 397.

menerapkan strategi kolektif, yaitu rencana yang mengharuskan adanya manfaat biaya minim, diferensiasi, dan fokus, perusahaan akan mencapai kesuksesan komersial jangka panjang. Kemampuan suatu perusahaan yang antara lain direpresentasikan dalam pengetahuan, sikap, dan daya cipta pengusaha dapat berdampak pada keberhasilan suatu usaha. Pengusaha mengalami kesuksesan dalam bentuk panggilan pribadi atau kepuasan batin serta kesuksesan fisik dalam bisnis.<sup>87</sup>

b. Faktor Fisik Penunjang Keberhasilan Usaha<sup>88</sup>

1) Faktor manusia

Faktor manusia: komponen yang paling penting untuk sukses karena tanpa seseorang untuk mengoperasikannya, bahkan mesin yang paling canggih pun tidak akan berguna. Namun, ini tidak berarti bahwa semuanya akan berhasil jika ada manusia yang bertanggung jawab. Bayangkan jika manusia tidak mampu, malas, dan tidak mau berusaha.

2) Faktor Keuangan

Unsur dan syarat pendukung keberhasilan wirausaha. Aspek keuangan sangat penting karena tanpa itu, perusahaan tidak akan dapat berfungsi. Kapasitas untuk menangani keuangan saat ini adalah sesuatu yang signifikan dan diperhitungkan dalam masalah keuangan daripada jumlah uang yang dimiliki.

<sup>87</sup> Ibid., 397.

<sup>88</sup> M. Jamil Latief, *Buku Ajar Kewirausahaan Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*, (Jakarta: CV. Pustaka Setia, 2017), 128.

c. Metode Menjadi Entrepreneur yang Berhasil, diantaranya:

- 1) Visi bisnis yang tegas
- 2) Berani menghadapi resiko baik bentuk uang maupun waktu
- 3) Tertata / terorganisir dengan baik
- 4) Memaksimalkan usaha dan kerja keras
- 5) Tetap berhubungan baik dengan pekerja, klien, penyuplai dan lainnya.<sup>89</sup>

d. Hal-hal yang membuat usaha atau bisnis meraih kesuksesan

Menurut W. Keith Schilit, ada 8 hal yang mempengaruhi usaha atau bisnis dalam mencapai kesuksesan atau keberhasilan, yaitu:

- 1) Peluang pasar yang baik
- 2) Keunggulan persaingan
- 3) Kualitas barang/jasa
- 4) Selalu berinovasi
- 5) Dasar budaya perusahaan
- 6) Menghargai pelanggan dan pegawai
- 7) Manajemen yang berkualitas
- 8) Dukungan modal yang kuat<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Ibid., 138.

<sup>90</sup> Ibid., 138.

## **BAB III**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

##### **1. Tempat**

Objek tempat dalam penelitian ini adalah usaha Salman Agro Farm Rowosari yang terletak di Jl. Raung, No. 10 Gardu Tengah, Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

##### **2. Sejarah Perusahaan Salman Agro Farm**

Salman Agro Farm didirikan pada tanggal 02 Februari 2019. Tujuan awal didirikannya SAF “Salman Agro Farm” yaitu mengkonsep usaha dalam bidang pertanian yang cukup lengkap seperti adanya laboratorium, kultur jaringan, hidroponik, penanaman di lahan dan budidaya jamur. Perusahaan ini diawali dengan membuka usaha sendiri akan tetapi setelah usaha tersebut berjalan selama lima bulan, usaha ini mulai ada karyawan sejumlah empat orang.

Usaha awal yang dijalankan yaitu kultur jaringan tanaman pada tahun 2019 dengan konsep pelatihan kultur jaringan dengan peserta umum. Dengan dibukanya pelatihan ini selama kurang lebih empat bulan Salman Agro Farm mendapatkan 75 peserta dari beberapa daerah seperti Aceh, Kalimantan dan daerah Jawa. Dengan adanya konsep pelatihan ini uang pendaftaran dari peserta dapat dijadikan sebagai modal untuk membeli alat dan bahan pendukung budidaya tanaman secara kultur jaringan. Setelah konsep pelatihan dijalankan Salman Agro Farm memperbanyak komoditas

kentang dan anggrek yang selanjutnya dipasarkan langsung pada petani dan beberapa *reseller*, untuk komoditas kentang biasanya dipasarkan ke daerah dataran tinggi seperti Dieng, Ijen dan Bromo. Untuk hasil kultur jaringan komoditas anggrek dipasarkan ke beberapa *reseller* di beberapa daerah di Indonesia. Setelah itu usaha berkembang di bidang yang lainnya seperti budidaya tanaman hidroponik, budidaya tanaman hortikultura dan budidaya jamur. Seiring dijalankannya usaha kultur jaringan Salman Agro Farm juga merintis usaha dibidang budidaya tanaman hidroponik. Untuk komoditas yang ditanam yaitu kangkung dan sawi pakcoy. Bidang hidroponik ini juga meliputi kegiatan pembudidayaan, pemasaran, hingga sebagai sarana pelatihan dan penelitian mahasiswa dari beberapa Universitas di daerah Jember.

Pertengahan tahun 2019 Salman Agro Farm mengembangkan usaha dibidang budidaya tanaman hortikultura seperti tanaman timun, gambas, tomat, terong, cabai dan lain-lain. Untuk mengembangkan usaha budidaya tanaman hortikultura Salman melakukan sistem seperti sewa lahan, gadai lahan dan sistem kemitraan dengan petani sekitar Desa Rowosari. Budidaya tanaman hortikultura di Salman Agro Farm tidak hanya menanam di lahan akan tetapi melakukan system pengepulan pada hasil pertanian khususnya di Desa Rowosari. Pengepulan dilakukan agar dapat memperluas pemasaran hasil tani yang dijalankan oleh Salman Agro Farm. Pemasaran awalnya hanya dilakukan di daerah Kecamatan Sumber Jambe dan selanjutnya usaha pemasaran hasil tani ini diperluas ke daerah Bondowoso, Probolinggo, Banyuwangi dan lain-lain. Untuk beberapa komoditas seperti ubi jalar,

pepaya, alpukat dan durian biasa dipasarkan di beberapa Pulau seperti Kalimantan, Bali dan khususnya di Pulau Jawa.

Awal tahun 2020 Salman Agro Farm mengembangkan usaha budidaya jamur tiram. Membuat bibit, belajar cara menanam jamur tiram, membuat baglog, menjual baglog, dan menjual hasil panen jamur tiram adalah langkah-langkah dalam usaha pemeliharaan jamur tiram. Kegiatan pemeliharaan jamur tiram ini awalnya hanya menggunakan empat tenaga kerja untuk mengelola semua proses kegiatannya, mulai dari pembuatan baglog atau media tanam sampai panen hasil budidaya. Pembuatan baglog merupakan proses kegiatan untuk membuat media tumbuhnya jamur tiram, dalam kegiatan tersebut memerlukan beberapa bahan sebagai pendukung tumbuhnya jamur tiram tersebut. Bahan utamanya adalah serbuk gergaji kayu sengon yang telah disortir terlebih dahulu, kemudian untuk bahan campurannya yaitu kapur, dedak jagung atau dapat diganti dengan larutan air gula, bekatul padi dan air. Bahan-bahan tersebut dicampur menjadi satu dengan takaran yang sudah ditentukan untuk mendapatkan media tanam yang baik. Setelah dilakukan pencampuran semua bahan-bahan tersebut secara merata selanjutnya bahan tersebut di diamkan selama semalaman. Setelah didiamkan selama semalaman semua bahan tersebut dilakukan pengemasan, media tersebut selanjutnya dilakukan pengukusan dengan tujuan sterilisasi media tanam. Setelah dilakukan pengukusan media tanam tersebut selanjutnya dilakukan proses inokulasi bibit jamur tiram. Baglog yang sudah diinokulasi dan berumur 30 hari bisa langsung dipasarkan

kepada konsumen yang akan melakukan budidaya jamur tiram atau baglog yang sudah diinokulasi dibudidayakan langsung di Salman Agro Farm untuk selanjutnya dijual hasil panennya.

### 3. Visi dan Misi Perusahaan

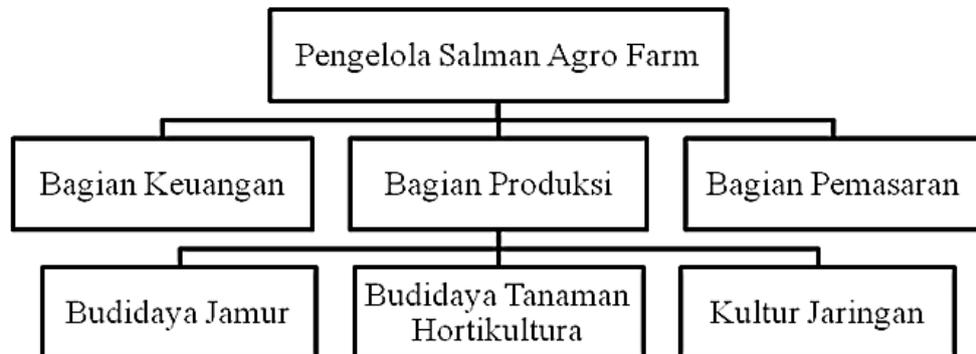
#### a. Visi Salman Agro Farm

- 1) Berperan aktif dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat melalui bidang pertanian dan mengembangkan pertanian yang mandiri serta berinovasi.

#### b. Misi Salman Agro Farm

- 1) Menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar khususnya dalam bidang pertanian, peternakan dan perikanan.
- 2) Menjadi wadah pergerakan pemuda desa dalam bertani yang inovatif.
- 3) Membangun dan mengembangkan kerja sama dengan mitra yang bergerak di bidang pertanian sehingga saling menguntungkan.
- 4) Mendorong pengembangan pertanian Desa agar bernilai daya saing di luar ataupun di dalam lingkungan.

#### 4. Struktur Organisasi Salman Agro Farm



**Tabel 3.1**  
Struktur Organisasi Salman Agro Farm

#### B. Penyajian Data

##### 1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif terkait penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir. Selanjutnya akan diinterpretasikan mengenai karakteristik informan berlandaskan pemberian angket kepada semua karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember yang berjumlah 30 informan.

##### a. Uji Deskriptif Informan Berlandaskan Usia

**Tabel 3.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	7	23.3	23.3	23.3
	21-30	13	43.3	43.3	66.7
	31-40	4	13.3	13.3	80.0

	41-50	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada daftar tersebut, terlihat bahwa data frekuensi informan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember berlandaskan usia terdapat 7 orang yang berusia 18 tahun sampai dengan 20 tahun dengan angka 23,3%, terdapat 13 orang yang berusia 21 tahun sampai dengan 30 tahun dengan angka 43,3%, terdapat 4 orang yang berusia 31 tahun sampai dengan 40 tahun dengan angka 13,3%, terdapat 6 orang yang berusia 41 tahun sampai dengan 50 tahun dengan angka 20%. Kemudian terlihat bahwa mayoritas informan pekerja Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember berusia 21 tahun sampai 30 tahun dengan jumlah 13 orang dari 30 informan.

b. Uji Deskriptif Informan Berlandaskan Jenis Kelamin

**Tabel 3.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	20	66.7	66.7	66.7
	Perempuan	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwa data frekuensi informan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember berlandaskan jenis kelamin memaparkan bahwa ada 20 informan laki-laki dengan angka 66,7% dan 10 informan perempuan dengan dengan angka persentasi 33,3%. Kemudian terlihat bahwa mayoritas informan dimana merupakan pekerja Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember adalah laki-laki yaitu sejumlah 20 dan 10 orang perempuan.

c. Uji Deskriptif Informan Berlandaskan Pendidikan Terakhir

**Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	10.0	10.0	10.0
	SMP	4	13.3	13.3	23.3
	SMA	11	36.7	36.7	60.0
	SMK	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwa data frekuensi informan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan

Sumber Jambe Kabupaten Jember menurut tingkat pendidikan terakhir ada 3 informan dengan pendidikan terakhir SD dengan angka 10%, terdapat 4 orang informan dengan pendidikan terakhir SMP dengan angka 13,3%, 11 informan dengan tingkat pendidikan terakhir SMA dengan angka 36,7%, dan terdapat 12 orang informan dengan pendidikan terakhir SMK dengan angka persentase 40%. Berlandaskan data tersebut, terlihat bahwa mayoritas pekerja Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember berpendidikan SMK dengan jumlah 12 orang dari 30 informan.

### **C. Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **1. Uji Instrumen Penelitian**

##### **a. Uji Validitas**

Uji validasi ialah salah satu instrumen yang dipakai demi menentukan kevalidan suatu ukuran instrumen. Validitas adalah perangkat untuk mengukur kualitas fungsi suatu alat ukur dalam mengukur objek pengukuran. Sebaliknya instrumen belum valid dan belum akurat mewakili variabel yang diteliti jika nilai validitasnya rendah. Jika suatu instrumen memiliki tingkat legitimasi yang tinggi, maka informasi dianggap substansial dan dianggap untuk mengatasi variabel yang diestimasi oleh apa yang dibutuhkan spesialis.<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi Dengan S P S S*, 99.

Uji validitas dalam penelitian ini dipraktekkan dengan memanfaatkan paket instrumen komputer untuk menganalisis data statistik yaitu SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*). Dengan membandingkan hasil perhitungan sistem SPSS dengan tabel r dan mengukur kekuatan asosiasi (r hitung), dengan keterangan berikut ini:<sup>92</sup>

Jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka data valid.

Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka data tidak valid.

Nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 untuk uji dua arah pada pengujian ini sebesar 0,3610 yang didapat dengan melihat dari r tabel *product moment* menggunakan huruf df (*degree of freedom*) = (N-2), dengan N adalah jumlah data dalam pengujian penelitian. Nilai N dalam pengujian ini adalah 30. Jadi  $df = N-2$  atau  $df = 30-2 = 28$ . Maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,3610. Selanjutnya pemaparan hasil pengujian validitas instrumen dengan memakai SPSS:

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Ekspansi Usaha)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,601	> 0,361	Valid
2	X1.2	0,734	> 0,361	Valid
3	X1.3	0,767	> 0,361	Valid

<sup>92</sup> Ibid.

4	X1.4	0,810	> 0,361	Valid
5	X1.5	0,778	> 0,361	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada daftar tersebut, terlihat keseluruhan pernyataan mengenai variabel X1 (Ekspansi Usaha) yang terdapat dalam sebaran kuesioner dikatakan valid. Hal tersebut terlihat dari jumlah  $r$  hitung > dari  $r$  tabel.

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Pola Kemitraan)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,785	> 0,361	Valid
2	X2.2	0,827	> 0,361	Valid
3	X2.3	0,849	> 0,361	Valid
4	X2.4	0,685	> 0,361	Valid
5	X2.5	0,643	> 0,361	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel sebelumnya, terlihat bahwasanya keseluruhan pernyataan mengenai variabel X2 (Pola Kemitraan) yang terdapat dalam sebaran kuesioner dikatakan valid. Hal tersebut terlihat dari jumlah  $r$  hitung > dari  $r$  tabel.

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Komunikasi Pemasaran)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1	X3.1	0,625	> 0,361	Valid
2	X3.2	0,820	> 0,361	Valid
3	X3.3	0,784	> 0,361	Valid
4	X3.4	0,827	> 0,361	Valid
5	X3.5	0,745	> 0,361	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel sebelumnya, terlihat bahwasanya keseluruhan pernyataan mengenai variabel X3 (Komunikasi Pemasaran) yang terdapat dalam sebaran kuesioner dikatakan valid. Hal tersebut terbukti dari jumlah r hitung > dari r tabel.

**Tabel 3.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keberhasilan Usaha)**

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,723	> 0,361	Valid
2	Y2	0,766	> 0,361	Valid
3	Y3	0,792	> 0,361	Valid
4	Y4	0,783	> 0,361	Valid
5	Y5	0,733	> 0,361	Valid

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel sebelumnya, terlihat mengenai semua pernyataan variabel Y (ekspansi usaha) dalam

sebaran kuesioner dikatakan valid. Hal ini terlihat dari banyaknya  $r$  hitung > dari  $r$  tabel.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian data untuk mengidentifikasi apakah fokus atau penyelarasan pengukuran ada dalam data. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah menggunakan perangkat tersebut sebagai alat ukur informan sudah praktis atau tidak. Metode *Cronbach Alpha* dipakai dalam pengujian ini untuk mendeskripsikan reliabilitasnya. Metode ini menggunakan skala dari 0 sampai 100 untuk pengukurannya, dan suatu instrumen dinyatakan *reliabel* jika nilai  $\alpha$ -nya lebih besar dari angka 60%.<sup>93</sup> Berikut paparan tabel hasil pengujian data reliabilitas:

**Tabel 3.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas X1 (Ekspansi Usaha)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,774	5

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwasanya angka pada hasil *Cronbach Alpha* sebesar  $0,774 > 0,60$ . Dikonklusikan bahwa variabel X1 (Ekspansi Usaha) adalah *reliable*.

<sup>93</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, 95.

**Tabel 3.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas X2 (Pola Kemitraan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwasanya angka pada hasil *Cronbach Alpha* sebesar  $0,812 > 0,60$ . Dikonklusikan bahwa variabel X2 (Pola Kemitraan) adalah reliable.

**Tabel 3.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas X3 (Komunikasi Pemasaran)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	5

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwasanya angka pada hasil *Cronbach Alpha* sebesar  $0,808 > 0,60$ . Dikonklusikan bahwasanya variabel X3 (Komunikasi Pemasaran) adalah reliabel.

**Tabel 3.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Y (Keberhasilan Usaha)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat hasil pengujian pada tabel tersebut, terlihat bahwasanya angka pada nilai *Cronbach Alpha* yang didapatkan sebesar  $0,811 > 0,60$ . Dikonklusikan bahwasanya variabel Y (Keberhasilan Usaha) adalah reliabel.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif diperlukan untuk menguji data dengan cara menguraikan atau menginterpretasikan akumulasi data dengan tidak membuat generalisasi atau konklusi.<sup>94</sup> Tanggapan informan diuji, dan statistik deskriptif frekuensi dipakai untuk menghitung rata-rata, median, dan modus untuk menyajikan data yang dipakai dalam penelitian ini. Selain itu, dalam penelitian ini skoring, meliputi: Skor untuk Sangat Setuju (SS) setanra dengan angka 5, Setuju (S) setanra dengan angka 4, Ragu-ragu (RR) setanra dengan angka 3, skor Tidak Setuju (TS) setanra dengan angka 2, dan skor Sangat Tidak Setuju (STS) setanra dengan angka 1. Oleh karenanya dapat didapat hasil pengujian berikut ini:

### a. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Informan Variabel Ekspansi Usaha (X1)

Tanggapan informan terhadap variabel Ekspansi Usaha dimana informan terdiri dari karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari dengann jumlah 30 orang pekerja mendeskripsikan bahwa indikator pernyataan (X1.1) ada 11 orang pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 37%, 15 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka 50% dan 4 orang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka 13%. Nilai pusat indikator pernyataan (X1.1) data dari sebaran angket tanggapan informan pada variabel Ekspansi Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata

<sup>94</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 226-227.

sebesar 4,23, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X1.2) ada 14 informan yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 47% dan 16 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 53%. Nilai pusat indikator pernyataan (X1.2) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Ekspansi Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,47, nilai median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X1.3) ada 14 orang pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 47% dan 16 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 53%. Nilai pusat indikator pernyataan (X1.3) dari data angket tanggapan informan pada variabel Ekspansi Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,47, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X1.4) ada 17 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 57% dan 13 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 43%. Nilai pusat indikator pernyataan (X1.4) dari sebaran

data angket tanggapan informan pada variabel Ekspansi Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,57, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (X1.5) ada 18 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 60%, 11 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 37% dan 1 orang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 3%. Nilai pusat indikator pernyataan (X1.5) dari data angket tanggapan informan pada variabel Ekspansi Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,57, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul sebesar dalam suatu data statistika 5.

**b. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Informan Variabel Pola Kemitraan (X2)**

Tanggapan informan pada variabel Pola Kemitraan dimana informan terdiri dari karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari yang terdiri dari 30 orang pekerja menunjukkan bahwa pernyataan (X2.1) ada 11 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 37%, 16 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka 53% dan 3 orang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 10%. Nilai pusat indikator

pernyataan (X2.1) dari sebaran data angket tanggapan informan pada variabel Pola Kemitraan menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,27, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X2.2) ada 13 pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 43%, 15 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 50% dan 2 orang pekerja memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 7%. Nilai pusat indikator pernyataan (X2.2) dari sebaran data angket tanggapan informan pada variabel Pola Kemitraan menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,37, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X2.3) ada 15 pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 50% dan 15 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 50%. Nilai pusat indikator pernyataan (X2.3) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Pola Kemitraan menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,50, median atau nilai data tengah sebesar 4,50 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X2.4) ada 17 pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka 57% dan 13 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 43%. Nilai pusat indikator pernyataan (X2.4) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Pola Kemitraan menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,57, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (X2.5) ada 16 pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka sebesar 53%, 13 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka sebesar 43% dan seorang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka sebesar 3%. Nilai pusat indikator pernyataan (X2.5) dari data sebaran angket jawaban informan pada variabel Pola Kemitraan menghasilkan nilai mean 4,50, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

**c. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Informan Variabel Komunikasi Pemasaran (X3)**

Tanggapan informan terhadap variabel Komunikasi Pemasaran dimana informan terdiri dari karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari yang terdiri 30 orang pekerja mendeskripsikan bahwa pernyataan (X3.1) ada 11 orang pekerja yang memberi tanggapan

Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 37%, 15 pekerja memberi jawaban Setuju (S) dengan angka persentase 50% dan 4 pekerja memberi jawaban Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 13%. Nilai pusat indikator pernyataan (X3.1) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Komunikasi Pemasaran menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,23, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X3.2) ada 12 orang pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 40%, 16 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 53% dan 2 orang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka 7%. Nilai pusat indikator pernyataan (X3.2) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Komunikasi Pemasaran menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,33, median atau nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator pernyataan (X3.3) terdapat 14 pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 47% dan 16 pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 53%. Nilai pusat indikator pernyataan (X3.3) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Komunikasi Pemasaran menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,47, median atau

nilai data tengah sebesar 4,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 4.

Indikator Pernyataan (X3.4) ada 17 orang pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 57%, 12 pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 40% dan seorang pekerja memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 3%. Nilai pusat indikator pernyataan (X3.4) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Komunikasi Pemasaran dengan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,53, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator Pernyataan (X3.5) ada 17 orang pekerja memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 57%, 12 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 40% dan seorang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 3%. Nilai pusat indikator pernyataan (X3.5) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Komunikasi Pemasaran dengan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,53, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

**d. Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Informan Variabel Keberhasilan Usaha (Y)**

Tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha dimana informan terdiri dari karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari yang terdiri 30 orang pekerja menunjukkan bahwa pernyataan (Y1) ada 17 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 57%, 11 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 37% dan 2 orang pekerja yang memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 7%. Nilai pusat indikator pernyataan (Y1) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha dengan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,50, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (Y2) ada 18 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 60%, 11 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 37% dan seorang pekerja memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 3%. Nilai pusat indikator pernyataan (Y2) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha dengan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,57, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (Y3) ada 18 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 60% dan 12 orang pekerja yang memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 40%. Nilai pusat indikator pernyataan (Y3) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,60, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modulus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (Y4) ada 15 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 50%, 13 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 43% dan 2 orang pekerja memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 7%. Nilai pusat indikator pernyataan (Y4) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha menghasilkan nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 4,43, median atau nilai data tengah sebesar 4,50 dan nilai mode atau modulus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

Indikator pernyataan (Y5) ada 18 orang pekerja yang memberi tanggapan Sangat Setuju (SS) dengan angka persentase 60%, 10 orang pekerja memberi tanggapan Setuju (S) dengan angka persentase 33% dan 2 orang pekerja memberi tanggapan Ragu-Ragu (RR) dengan angka persentase 7%. Nilai pusat indikator pernyataan (Y5) dari data sebaran angket tanggapan informan pada variabel Keberhasilan Usaha

menghasilkan nilai atau nilai rata-rata sebesar 4,53, median atau nilai data tengah sebesar 5,00 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul dalam suatu data statistika sebesar 5.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah suatu metode untuk membuktikan apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai residual standar suatu data mayoritas mendekati nilai rata-rata, maka disebut berdistribusi normal.<sup>95</sup> Analisis uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi proses distribusi data berdistribusi normal atau tidak.

Selanjutnya pemaparan hasil pengujian normalitas akumulasi data yang dihasilkan dengan menggunakan fitur aplikasi SPSS 23:

**Tabel 3.13**  
**Uji Normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov***

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00625624
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.085
Test Statistic		.118

<sup>95</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*, 61.

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Dari tabel di atas dapat dilihat terkait nilai dari data pengujian tersebut hasil nilai asymp. Sig (2-tailed)  $0,200 > 0,05$ , oleh karena itu disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya bahwasanya tidak ada data yang terdeteksi tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam menentukan proses suatu model regresi mendeteksi kaitan antar variabel independen (bebas). Dalam model regresi yang layak, semestinya tidak ada kaitan antara variabel independen. Jika indikator variabel independen berkaitan, variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel orthogonal adalah variabel yang independen dan memiliki korelasi antara nol.<sup>96</sup> Nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factors* (VIF) dari masing-masing variabel dapat dipakai dalam mendeteksi indikasi adanya multikolineritas. Uji multikolinearitas menghasilkan hasil sebagai berikut:

<sup>96</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 91.

**Tabel 3.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.788	2.566		1.866	.073		
	Ekspansi Usaha	.288	.111	.260	2.606	.015	.781	1.280
	Pola Kemitraan	.543	.126	.524	4.314	.000	.529	1.892
	Komunikasi Pemasaran	.553	.127	.548	4.367	.000	.494	2.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Melihat tabel pengujian data diatas terdeteksi bahwa nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dari Ekspansi Usaha adalah  $1.280 < 10$  dan nilai *Tolerance* (TOL) adalah  $0,781 > 0,10$ . Hasil pengujian ini menjelaskan mengenai proses regresi di atas tidak mengandung indikasi multikolinearitas.

Dari tabel pengujian data diatas terlihat bahwa nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dari Pola Kemitraan adalah  $1.892 < 10$  dan nilai *Tolerance* (TOL) adalah  $0,529 > 0,10$ . Berlandaskan hasil pengujian di atas terlihat bahwa model regresi tidak terdeteksi multikolinearitas.

Melihat tabel pengujian data sebelumnya, sehingga terlihat bahwa nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) dari Komunikasi Pemasaran adalah  $2.023 < 10$  dan nilai *Tolerance* (TOL) adalah  $0,494 > 0,10$ . Berlandas pada perolehan pengujian akumulasi data, boleh

dikonklusikan bahwasanya dalam proses regresi tersebut tidak terindikasi unsur multikolinieritas .

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipergunakan dalam melihat apakah variabel pengganggu persamaan regresi memiliki varians yang sama atau tidak. Tidak terjadi heteroskedastisitas jika variansnya sama, tetapi terjadi heteroskedastisitas jika variansnya tidak sama.<sup>97</sup>

Salah satu cara mengetahui indikasi heteroskedastisitas yaitu memakai metode *Glejser*. Metode *Glejser* melibatkan regresi variabel independen ke nilai absolut residualnya untuk menemukan adanya heteroskedastisitas.<sup>98</sup> Tidak ada indikasi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi absolute residual lebih besar dari 0,05 dalam hubungannya dengan variabel bebas. Selanjutnya paparan terkait perolehan uji heteroskedastisitas dengan metode *Glejser*.

**Tabel 3.15**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan metode *Glejser*

Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.096	1.467		-.065	.948
	Ekspansi Usaha	.063	.063	.205	1.002	.326
	Pola Kemitraan	.117	.072	.405	1.631	.115
	Komunikasi Pemasaran	-.142	.072	-.505	-1.968	.060

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

<sup>97</sup> Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS & LISRAEL*, 336.

<sup>98</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 83.

Tabel pengujian data diatas terlihat bahwasanya semua variabel independen/bebas dengan nilai Sig. Di atas 0,05 dengan perincian nilai Sig. Ekspansi Usaha  $0,326 > 0,05$ , Pola Kemitraan  $0,115 > 0,05$  dan Komunikasi Pemasaran  $0,060 > 0,05$ , selanjutnya dikonklusikan bahwasanya tidak ada indikasi heteroskedastisitas berlandaskan proses regresi tersebut.

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Teknik statistik yang dikenal sebagai regresi linier berganda dipakai dalam menyelidiki korelasi pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>99</sup> Tiga variabel independen atau variabel bebas, dan satu variabel dependen atau variabel terikat, keduanya hadir dalam penelitian ini. Selanjutnya pemaparan hasil pengujian regresi linear berganda antara Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2) dan Komunikasi Pemasaran (X3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Berikut pemaparan perolehan pengujian uji linear berganda dengan memakai fitur aplikasi SPSS.

**Tabel 3.16**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.788	2.566		1.866	.073

<sup>99</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 54.

	Ekspansi Usaha (X1)	.288	.111	.260	2.606	.015
	Pola Kemitraan (X2)	.543	.126	.524	4.314	.000
	Komunikasi Pemasaran (X3)	.553	.127	.548	4.367	.000
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Perolehan persamaan proses regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2), dan Komunikasi Pemasaran (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember secara umum adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,788 + 0,288 X_1 + 0,543 X_2 + 0,553 X_3$$

Berlandaskan persamaan regresi di atas, bisa diuraikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 4,788 adalah nilai keberhasilan usaha sebelum mendapatkan dampak variabel ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran adalah positif.
- Nilai koefisien Ekspansi Usaha (X1) adalah 0,288 berdampak positif dan signifikan pada keberhasilan usaha, artinya setiap kenaikan angka persentase variabel ekspansi usaha sebesar 1%, maka peningkatan usaha Salman Agro Farm akan menghadapi kenaikan sebesar 0,288 dengan perkiraan variabel yang lain tetap bernilai nol (0) atau konstan. Oleh karena itu dapat dikimpulkan bahwasanya Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember akan tumbuh sukses secara proporsional dengan kekuatan variabel perluasan

usaha. Sebaliknya, Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember sukses usahanya menurun secara proporsional dengan pengaruh pengaruh variabel ekspansi usaha.

- c. Koefisien Pola Kemitraan ( $X_2$ ) adalah 0,543 berdampak positif dan signifikan pada keberhasilan usaha. Hal ini membuktikan bahwa dengan variabel lain baik konstan maupun tetap, setiap peningkatan pola kemitraan sebesar 1%, maka peningkatan usaha akan menghadapi pertambahan sebesar 0,543 untuk setiap kenaikan satu persen dalam variabel pola kemitraan. Dengan demikian dapat dikonklusikan bahwa usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember akan semakin sukses dengan semakin berpengaruhnya variabel pola kemitraan. Sebaliknya, tingkat keberhasilan Salman Agro Farm di Desa Rowosari Sumber Jambe Kabupaten, dan Kabupaten Jember semakin rendah pengaruh variabel pola kemitraan semakin lemah.

- d. Nilai koefisien ( $X_3$ ) sebesar 0,553 untuk komunikasi pemasaran berdampak positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini membuktikan bahwasanya variabel lain baik konstan maupun tetap, setiap kenaikan angka persentase komunikasi pemasaran sebesar 1%, maka peningkatan usaha akan menghadapi kenaikan sebesar 0,553 untuk setiap satu persen peningkatan komunikasi pemasaran. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember

akan meningkat dengan kuatnya variabel komunikasi pemasaran. Sebaliknya tingkat keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari, Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember menurun secara proporsional dengan pengaruh pengaruh variabel komunikasi pemasaran.

## 5. Uji Hipotesis

Validitas statistik suatu klaim diuji melalui pengujian hipotesis, dan hasilnya digunakan untuk menentukan mengenai akan menerima atau menolak klaim tersebut.

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menginterpretasikan besarnya kontribusi tiap-tiap variabel independen/bebas terhadap penjelasan variabel dependen/terikat.<sup>100</sup> Adapun premis yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = variabel independen/bebas (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) tidak berdampak signifikan pada variabel dependen/terikat yaitu keberhasilan usaha,

$H_a$  = variabel independen/bebas (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) memberi dampak positif dan signifikan pada variabel dependen/terikat ialah keberhasilan usaha.

Dasar pengambilan keputusan berlandaskan jumlah probabilitas signifikansi, yaitu:

<sup>100</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 62.

- 1) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Pada penelitian ini metode uji t yang kedua adalah dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel. Dasar pengambilan keputusannya adalah:<sup>101</sup>

- 1) Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Pada penelitian ini nilai t tabel adalah 2,055. Rumus untuk menentukan nilai tersebut adalah  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - k$ , dimana  $n$  adalah jumlah informan atau observasi dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas dan terikat.<sup>102</sup> Jadi  $df = n - k = 30 - 4 = 26$ . Berikut ini adalah perolehan pengujian dengan memakai fitur aplikasi SPSS:

**Tabel 3.17**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.788	2.566		1.866	.073
	Ekspansi Usaha (X1)	.288	.111	.260	2.606	.015
	Pola Kemitraan (X2)	.543	.126	.524	4.314	.000
	Komunikasi Pemasaran (X3)	.553	.127	.548	4.367	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

<sup>101</sup> Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 56.

<sup>102</sup> Sugiyono dan Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrael*, 170.

Dari hasil pengujian data Uji t (Uji Parsial) pada tabel di atas menjelaskan bahwasanya ekspansi usaha menghasilkan nilai probabilitas atau signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,015 < 0,05$ ) dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,606 > 2,055$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, oleh karena itu dikonklusikan bahwa Ekspansi Usaha berdampak baik dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

Sementara untuk Pola Kemitraan menghasilkan nilai probabilitas atau signifikansi  $t$  sebesar 0,000, nilai  $t$  hitung sebesar 4,314. Maka hal tersebut menjelaskan bahwasanya signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $4,314 > 2,055$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dapat dikonklusikan bahwa Pola Kemitraan berberdampak baik dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

Sedangkan untuk Komunikasi Pemasaran menghasilkan nilai probabilitas atau signifikansi  $t$  sebesar 0,000 dengan nilai  $t$  hitung sebesar 4,367. Hal ini mendeskripsikan bahwasanya nilai signifikansi  $t < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $4,367 > 2,055$ ). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebab itu dikonklusikan bahwasanya Komunikasi Pemasaran berdampak baik dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

### b. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan utama dari pengujian uji F adalah menginterpretasikan mengenai semua variabel independen memberi dampak pada variabel dependen atau variabel terikat secara keseluruhan.<sup>103</sup> Berikut hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0$  = variabel independen (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) tidak berdampak positif secara keseluruhan pada variabel dependen/terikat yaitu keberhasilan usaha.

$H_a$  = variabel independen (ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran) berdampak positif secara keseluruhan pada variabel dependen/terikat yaitu keberhasilan usaha.

Landasan pengambilan keputusan berlandaskan jumlah probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas  $f > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- 2) Jika probabilitas  $f < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Lebih lanjut, cara kedua yang bisa digunakan untuk menghitung uji F ialah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Berikut landasan pengambilan keputusan yang dipakai sebagai berikut:

- 1)  $F_{hitung} > F_{tabel}$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah 2,96. Nilai tersebut didapatkan dari  $df_1$  untuk pembilang atau sering disimbolkan dengan

<sup>103</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 61.

$N1$  dengan rumus  $df1 = k-1$  dan  $df2 =$  untuk penyebut atau sering disimbolkan dengan  $N2$  dengan rumus  $df2 = n-k$ , dimana  $n$  adalah banyaknya observasi atau jumlah informan keseluruhan dan  $k =$  banyaknya variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat.<sup>104</sup> Jadi  $df1 = k-1 = 4-1 = 3$  dan  $df2 = n-k = 30-3 = 27$ . Berikut ini hasil pengujian dengan menggunakan SPSS:

**Tabel 3.18**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.603	3	38.534	34.120	.000 <sup>b</sup>
	Residual	29.364	26	1.129		
	Total	144.967	29			
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Komunikasi Pemasaran (X3), Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2)						

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Berlandaskan perolehan uji F (uji simultan) diatas menunjukkan bahwa nilai F ialah 0,000 dengan F hitung sebesar 34,120. Karena nilai signifikansi  $F < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $34,120 > 2,96$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran memberi dampak positif secara keseluruhan (simultan) pada usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

<sup>104</sup> Sugiyono dan Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrael*, 170.

### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Kemampuan model dalam mendeskripsikan bermacam variabel dependen/terikat pada umumnya diukur dengan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi bernilai antara 0 sampai 1. Kemampuan variabel independen/bebas dalam mendeskripsikan macam variabel dependen sangat dibatasi oleh nilai  $R^2$  yang rendah. Jika nilai variabel bebas mendekati 1, berarti mengandung mayoritas informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan bagaimana variabel terikat akan berubah.<sup>105</sup>

**Tabel 3.19**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 <sup>a</sup>	.797	.774	1.063
a. Predictors: (Constant), Komunikasi Pemasaran (X3), Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2)				
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha				

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

Berlandaskan pengujian tabel uji koefisien determinasi sebelumnya bahwasanya angka Adjusted R Square adalah 0,774 atau 77,4%. Jadi Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2) dan Komunikasi Pemasaran (X3) memiliki korelasi determinasi terhadap Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 77,4% dan sisanya 22,6% merupakan dampak variabel lain diluar model.

<sup>105</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 31.

#### d. Pembahasan

Berlandaskan penelitian yang menggunakan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 23 dalam uji regresi linier berganda. Maksud dari penelitian ini adalah mengetahui apakah variabel-variabel yang berhubungan dengan perluasan usaha, pola kemitraan, dan komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember, selanjutnya dalam bagian ini akan diinterpretasikan dalam kaitannya dengan bagaimana masalah yang diusung penelitian ini diciptakan yang terangkum dalam rumusan masalah. Sebagai hasilnya, berikut adalah pembahasan penelitian ini:

#### 1) Pengaruh Ekspansi Usaha terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan

##### Sumber Jambe Kabupaten Jember

##### UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

##### KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

##### JEMBER

a. Berlandaskan hasil regresi linear secara parsial Ekspansi usaha memiliki dampak positif pada keberhasilan usaha. Sehingga  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. selanjutnya dikonklusikan bahwasanya ekspansi usaha berdampak secara signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. Menurut hasil penelitian ini, salah satu faktor yang berperan serta terhadap kesuksesan usaha adalah instrumen ekspansi

usaha. Penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, pertumbuhan integratif, dan diversifikasi adalah contoh ekspansi usaha yang berdampak pada kesuksesan bisnis.

**2) Pengaruh Pola Kemitraan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember**

a. Berlandaskan hasil regresi linear secara parsial

Pola kemitraan berkontribusi positif pada keberhasilan usaha. Sehingga  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Selanjutnya dikonklusikan bahwasanya pola kemitraan berdampak secara signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. Hasil pengujian data tersebut memperlihatkan bahwa pola kemitraan adalah bagian dari faktor yang berperan serta terhadap keberhasilan usaha. Pola kemitraan yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat dari inti plasma, subkontrak, dagang umum, keagenan dan waralaba.

**3) Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember**

a. Berlandaskan hasil regresi linear secara parsial

Komunikasi pemasaran berkontribusi positif pada keberhasilan usaha. Sehingga  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Selanjutnya

dikonklusikan bahwasanya komunikasi pemasaran berdampak secara signifikan pada keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. Hasil riset terlihat bahwa komunikasi pemasaran merupakan bagian dari faktor yang berperan serta terhadap keberhasilan usaha. Komunikasi pemasaran yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dapat dilihat dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan pemasaran perseorangan.

**4) Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran secara bersama-sama terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember**

Berlandaskan hasil pengujian uji F (simultan) dapat dilihat

bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, selanjutnya dikonklusikan

bahwasanya Ekspansi Usaha ( $X_1$ ), Pola Kemitraan ( $X_2$ ) dan

Komunikasi Pemasaran ( $X_3$ ) berdampak positif secara keseluruhan

(simultan) terhadap Keberhasilan Usaha ( $Y$ ) di Desa Rowosari

Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Berlandaskan perolehan hasil pengujian data regresi linear secara parsial ekspansi usaha berdampak positif pada keberhasilan usaha. Sehingga  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Maka dikonklusikan bahwasanya ekspansi usaha memberi dampak yang signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Jember. Hal ini selaras dengan kaidah teori dalam buku yang diterbitkan oleh Perdana Publishing dalam bukunya yang berjudul Pengantar Kewirausahaan, Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship, yang ditulis oleh Rusydi Ananda, M.Pd, Dr.Tien Rafida M.Hum. Yang mana skema bisnis yang dapat diimplementasikan oleh *entrepreneur* dalam melakukan ekspansi usaha sebagai berikut: strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, strategi pertumbuhan integratif dan strategi diversifikasi.
2. Berlandaskan hasil pengujian data regresi linear secara parsial pola kemitraan berdampak positif terhadap keberhasilan usaha. Sehingga  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. selanjutnya ditarik kesimpulan bahwasanya pola kemitraan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm Jember. Hal ini selaras dengan kaidah teori dalam buku yang diterbitkan oleh Nizamia Learning Center dalam bukunya yang berjudul Analisis Human Resource Development, Community Development Networking Perguruan Tinggi, yang ditulis oleh Dr.Hj.

Sutiah, M.Pd. Yang mana jenis-jenis pola kemitraan sebagai berikut: pola inti plasma, pola subkontrak, pola dagang umum, pola keagenan dan waralaba.

3. Berlandaskan hasil pengujian data regresi linear secara parsial komunikasi pemasaran berdampak positif terhadap keberhasilan usaha. Maka dari itu  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Sehingga dikonklusikan bahwasanya komunikasi pemasaran memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Jember. Hal ini selaras dengan kaidah teori dalam buku yang diterbitkan oleh Yayasan Kita Menulis dalam bukunya yang berjudul Manajemen Komunikasi Pemasaran, yang ditulis oleh Astri Rumondang Banjarnahor, dkk. Yang mana jenis-jenis komunikasi pemasaran sebagai berikut: *advertising* atau periklanan, *sales promotion* atau promosi penjualan, *public relation* atau hubungan masyarakat, *direct marketing* atau pemasaran langsung dan *personal selling* atau pemasaran perseorangan.
4. Berlandaskan hasil pengujian uji simultan (uji F) dapat diketahui bahwasanya Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2) dan Komunikasi Pemasaran (X3) berdampak secara signifikan positif secara keseluruhan dan memiliki kolerasi determinasi pada keberhasilan usaha Salman Agro Farm Jember. Hal itu selaras dengan teori yang dideskripsikan oleh W. Keith Schilit bahwasannya terdapat beberapa hal yang menjadikan usaha atau bisnis mencapai kesuksesan atau keberhasilan berikut diantaranya:

peluang pasar yang baik, kualitas barang/jasa, menghargai pelanggan dan pegawai, manajemen yang berkualitas dan dukungan modal yang kuat.

## B. Saran-Saran

Penelitian ini masih mengandung banyak keterbatasan, sehingga penelitian baru memungkinkan untuk dilakukan sehingga memiliki hasil yang berbeda. Berikut saran dari peneliti.

1. Peneliti selanjutnya diinginkan dapat mengembangkan teori yang telah ada agar berbeda dengan teori sebelumnya yang diusung dalam penelitian ini.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mengusung variabel atau faktor-faktor tambahan yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha.
3. Perusahaan Salman Agro Farm diharapkan meningkatkan pengelolaan manajemennya lebih baik lagi.
4. Perusahaan Salman Agro Farm diharapkan membuat laporan keuangan secara rinci sehingga jika ada peneliti yang memakai indikator yang bersifat keuangan bisa langsung menggunakan data sekunder.
5. Karyawan diharapkan tetap mempertahankan serta meningkatkan kedisiplinan untuk datang tepat waktu, bisa berkomunikasi lebih baik lagi terhadap pelanggan maupun peneliti dan lebih memaksimalkan pekerjaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal, dan Syamsir. 2022. *Koperasi dan Kemitraan Pertanian*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Aini, Lia Mardiatul. 2019. *Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Pengrajin Gerabah di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Amanah, Dita dan Dedy Ansari Harahap. 2018. “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Volume 11 (hlm. 207-216). Sumatera: Universitas Islam Sumatera Utara.
- Ananda, Rusyidi dan Tien Rafida. 2016. *Pengantar Kewirausahaan Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*. Medan: Perdana Publishing.
- Arafah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama.
- Asep, ST. Sujana. 2012. *Manajemen Minimarket*. Jakarta: Penebar Plus.
- Asnawi, Kelana Said. 2005. *Riset Keuangan Pengujian-Pengujian Empiris*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Aziz, Zainun. 2017. *Pengaruh Promosi Penjualan Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Bawang Cak Per Malang*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Banjarnahor, Astri Rumondang. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Desmaryani, Susi. 2018. *Wirausaha dan Daya Saing*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dewi, Ratna Eka. 2018. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Kuliah di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*. Skripsi: Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.
- Efendi, Achmad dan Henny Pramodyo. 2017. *Statistika Dengan R dan MS Excel*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, M Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gst. I B, Ngr.P.Putra, dkk. 2021. *Kewirausahaan*. Bandung: Nilacakra Publishing House.
- Habil, Andi Miftahul Janna. 2018. *Pengaruh Pengembangan dan Keberhasilan Usaha Mikro Terhadap Pelaku Usaha Mikro dari Aspek Hukum Ekonomi Syariah(Studi Kasus di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2009. *Kemitraan Usaha, Konsepsi dan Strategi*. Michigan: PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Handini, Sri. 2019. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Haque-Fzi, Marissa Grace, dkk. 2021. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hasan, Iqbal. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasnih. 2016. *Analisis Tingkat Kepuasan Peternak Broiler Dengan Pola Kemitraan Terhadap Kinerja PT. Srikandi Agung Makassar (Studi Kasus Kabupaten Maros)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Hidayah, Ifa Nur. 2016. *Pola Kemitraan Sub Kontrak Antara Petani Tebu Dengan Pabrik Gula Ngadirejo Kabupaten Kediri*. Skripsi: Universitas Jember.
- Hutagalung, Raja Bongsu dan Novi Aisha. 2008. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Dua Ponsel (GSM dan CDMA) Pada Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU", *Jurnal Manajemen Bisnis* Volume 1(hlm. 97-102). September, Universitas Sumatera Utara.
- Indrajit, Eko Richardus dan Richardus Djokopranoto. 2003. *Proses Bisnis Outsourcing*. Jakarta: Grasindo.
- Kazmier, Leonard J. 2005. *Schaum's Easy Outlines Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Khalifi, Akh. Washil. 2018. *Strategi Pengembangan Kemitraan Usaha di PT. Allinma Universal Surabaya*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- L, Linton. 1995. *Partnership Modal Ventura*. Jakarta: PT. IBEC.
- Lan, Tung Ju. 2021. *Iptek dan Masyarakat, Problematika Agrikultur di Indonesia*. Jakarta: LIPI Press.
- Latief, M. Jamil. 2017. *Buku Ajar Kewirausahaan Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Jakarta: CV. Pustaka Setia.

- Maryati. 2020. *Modul Pembelajaran Mata Kuliah Kewirausahaan*. Cirebon: CV. Syntax Computama.
- Murtadho. 2019. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Muspita, Ani Bresti. 2018. *Pengaruh Adopsi Inovasi dan Harga Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Online Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bisnis Online Artemis Fashion di Kota Bandar Lampung)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Noor, Henry Faizal. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Prasada.
- Nurdelia, dkk. 2022. *Buku Ajar Kewirausahaan*. Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera.
- Penerbit, Tim. 2010. *Mushaf Aisyah*. Bandung: Jabal.
- Penyusun, Tim. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung: Alfabeta.
- Rachmawati, Fitri. 2018. *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Raharjo, Tri Weda. 2018. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Sajarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Saly, Jeane Neltje. 2000. *Usaha Kecil, Penanaman Modal Asing dalam Perspektif Pandangan Internasional*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sattar. 2017. *Buku Ajar Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sewaka. 2022. *Digital Marketing*. Tangerang Selatan. Pascal Books.

- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Siyoto, Sandhu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soekidjo, Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subanar. 1997. *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPF.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna.dkk. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutiah. 2020. *Analisis Human Resource Development, Community Development dan Networking Perguruan Tinggi*. Sidoarjo : Nizamia Learning Center.
- Tohar, M. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tugimin. 2004. *Kewarganegaraan*. Surakarta: CV. Grahadi.
- Zahriya, Aminatus. 2018. *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi*. Jember.

### Internet

<https://www.hestanto.web.id/teori-pola-kemitraan-menurut-para-ahli/>

Annisa Aflaha, "77 Tahun RI Merdeka Masih Impor Pangan, Ini Daftarnya!". CNBC Indonesia online, last modified 17 Agustus 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220817064448-4-364366/77-tahun-ri-merdeka-masih-impor-pangan-ini-daftarnya>

Monica Ayu Caesar Isabela. "Faktor Penghambat Pengembangan Agrikultur di Indonesia". Kompas.com . last modified 29 Maret 2022. <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/29/03000081/faktor-penghambat-pengembangan-agrikultur-di-indonesia>

"Direktori Perusahaan Industri". Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. diakses 27 Desember 2022. <https://kemenperin.go.id/direktori-perusahaan?what=pertanian&prov=0>

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. Last modified 27 September 2017. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2017/09/27/luas-lahan-sawah-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-pengairan-di-provinsi-jawa-timur-ha-2016.html>

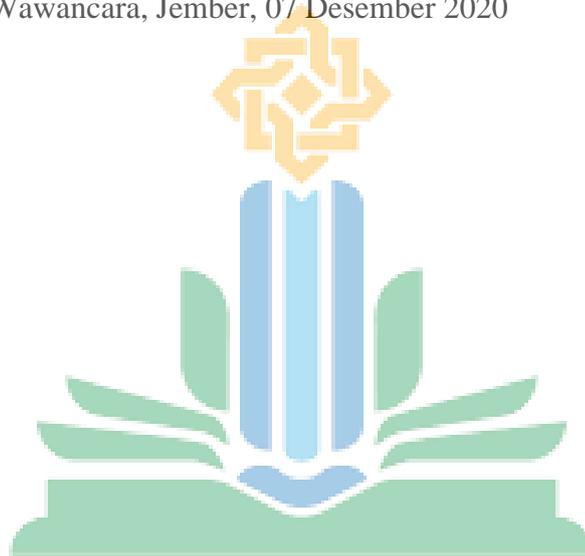
Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2051/jumlah-petani-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin-2018.html>

### **Wawancara**

Salman Alfarizi, Wawancara, Jember, 01 Juni 2020

Salman Alfarizi, Wawancara, Jember, 07 Juni 2020

Salman Alfarizi, Wawancara, Jember, 07 Desember 2020



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hurin Ain  
Nim : E20172245  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)  
Universitas : Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 26 Oktober 2022  
Saya yang menyatakan,



**HURIN AIN**  
NIM. E20172245

### Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ekspansi Usaha</b></li> <li>- <b>Pola Kemitraan</b></li> <li>- <b>Komunikasi Pemasaran</b></li> <li>- <b>Keberhasilan Usaha</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penetrasi Pasar</li> <li>b. Pengembangan Pasar</li> <li>c. Pengembangan Produk</li> <li>d. Pertumbuhan Integratif</li> <li>e. Diversifikasi                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Inti Plasma</li> <li>b. Subkontrak</li> <li>c. Dagang Umum</li> <li>d. Keagenan</li> <li>e. Waralaba                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Iklan</li> <li>b. Promosi</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>f. Penjualan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Wawancara</li> <li>2. Kuesioner (angket)</li> <li>3. Observasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan Penelitian Kuantitatif</li> <li>2. Teknik Pengambilan Sampel yakni dengan Sampling Jenuh</li> <li>3. Analisa Data Uji Asumsi Klasik</li> <li>4. Menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda</li> <li>5. Uji Hipotesis: Uji T, Uji F dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah ekspansi usaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember?</li> <li>2. Apakah pola kemitraan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember?</li> <li>3. Apakah komunikasi pemasaran secara parsial</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Hubungan Masyarakat</li> <li>d. Pemasaran Langsung</li> <li>e. Pemasaran Perseorangan</li> <li>a. Peluang Pasar yang Baik</li> <li>b. Kualitas Barang/Jasa</li> <li>c. Menghargai Pelanggan dan Pegawai</li> <li>d. Manajemen Berkualitas</li> <li>e. Dukungan Modal yang Kuat</li> </ul>		Uji R <sup>2</sup>	<p>berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupatn Jember?</p> <p>4. Apakah ekspansi usaha, pola kemitraan dan komunikasi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember?</p>
--	--	---	--	--------------------	--



## KUESIONER

### PENGARUH EKSPANSI USAHA, POLA KEMITRAAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SALMAN AGRO FARM DI DESA ROWOSARI KECAMATAN SUMBERJAMBE KABUPATEN JEMBER

#### A. Pengantar

Saya merupakan mahasiswi Universitas Islam Negeri KH. Ahmad Siddiq Jember yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya.

Dalam rangka penelitian, bersama dengan ini saya mohon bantuan Bapak/Ibu Karyawan Salman Agro Farm di Desa Rowosari sebagai responden dalam penelitian ini. Untuk itu saya mohon angket kuesioner ini di isi oleh Bapak/Ibu untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Sehubungan dengan hal tersebut maka jawaban responden di harapkan objektif dan realistislah yang saya butuhkan.

Adapun penelitian ini berjudul “Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Argo Farm Di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember”.

#### B. Data Responden

1. No Responden : \*diisi oleh peneliti
2. Nama :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Masa Kerja :

### C. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan berikut. Kami memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian ini.

2. Setiap pertanyaan pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu, lalu bubuhkan tanda” check list” (✓) pada kolom yang tersedia.

3. Keterangan pilihan:

SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)

S = Setuju (diberi nilai 4)

RR = Ragu-Ragu (diberi nilai 3)

TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

### D. Daftar Pernyataan

1. Variabel Independent Ekspansi Usaha (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
<b>Penetrasi Pasar</b>						
1	Salman Agro Farm menerapkan strategi penetrasi pasar dalam melakukan ekspansi usaha					
<b>Pengembangan Pasar</b>						
2	Salman Agro Farm menerapkan strategi pengembangan pasar dalam melakukan ekspansi usaha					
<b>Pengembangan Produk</b>						
3	Salman Agro Farm menerapkan strategi pengembangan produk dalam melakukan ekspansi usaha					
<b>Pertumbuhan Integratif</b>						
4	Salman Agro Farm menerapkan strategi pertumbuhan integratif dalam					

	melakukan ekspansi usaha					
<b>Diversifikasi</b>						
5	Salman Agro Farm menerapkan strategi diversifikasi dalam melakukan ekspansi usaha					

## 2. Variabel Independent Pola Kemitraan (X2)

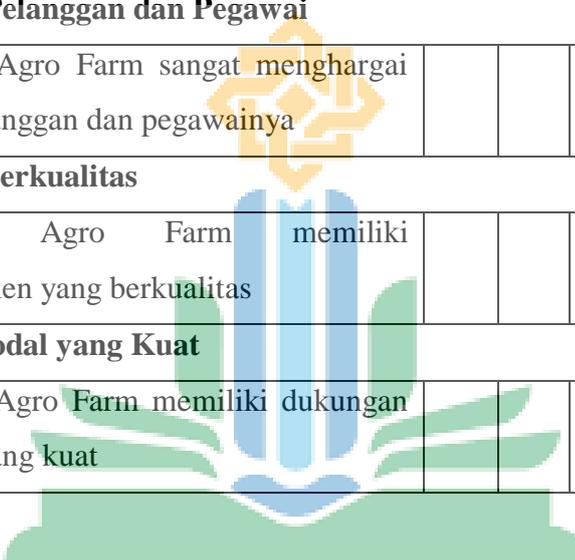
NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
<b>Inti Plasma</b>						
1	Pola kemitraan inti plasma dapat meningkatkan keberhasilan usaha pada Salman Agro Farm					
<b>Subkontrak</b>						
2	Pola kemitraan subkontrak dapat meningkatkan keberhasilan usaha pada Salman Agro Farm					
<b>Dagang Umum</b>						
3	Pola kemitraan dagang umum dapat meningkatkan keberhasilan usaha pada Salman Agro Farm					
<b>Keagenan</b>						
4	Pola kemitraan keagenan dapat meningkatkan keberhasilan usaha pada Salman Agro Farm					
<b>Waralaba</b>						
5	Pola kemitraan waralaba dapat meningkatkan keberhasilan usaha pada Salman Agro Farm					

### 3. Variabel Independent Komunikasi Pemasaran (X3)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
<b>Iklan</b>						
1	Iklan produk Salman Agro Farm yang terdapat di market place (Pak Tani Digital) dan media sosial (Instagram) mampu menarik minat konsumen untuk membeli					
<b>Promosi Penjualan</b>						
2	Promosi penjualan berupa hadiah di media sosial Instagram Salman Agro Farm mampu menarik minat konsumen untuk membeli					
<b>Hubungan Masyarakat</b>						
3	Promosi produk Salman Agro Farm dalam bentuk membangun hubungan masyarakat mampu menarik minat konsumen untuk membeli					
<b>Pemasaran Langsung</b>						
4	Promosi produk Salman Agro Farm melalui siaran langsung di media sosial (Instagram) mampu menarik minat konsumen untuk membeli					
<b>Pemasaran Perseorangan</b>						
5	Presentasi produk Salman Agro Farm yang dilakukan oleh salesman mampu menarik minat konsumen untuk membeli					

4. Variabel Dependent Keberhasilan Usaha (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
<b>Peluang Pasar yang Baik</b>						
1	Salman Agro Farm memiliki peluang pasar yang baik					
<b>Kualitas Barang/Jasa</b>						
2	Salman Agro Farm memiliki kualitas barang/jasa yang baik					
<b>Menghargai Pelanggan dan Pegawai</b>						
3	Salman Agro Farm sangat menghargai para pelanggan dan pegawainya					
<b>Manajemen Berkualitas</b>						
4	Salman Agro Farm memiliki manajemen yang berkualitas					
<b>Dukungan Modal yang Kuat</b>						
5	Salman Agro Farm memiliki dukungan modal yang kuat					



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**REKAPITULASI KUESIONER**  
(Data Hasil Angket)

Ekspansi Usaha (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	21
5	4	4	5	5	23
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
3	4	4	5	5	21
3	4	4	4	4	19

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Pola Kemitraan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
3	3	4	4	4	18
3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	3	19
4	4	4	5	5	22
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	4	23
5	5	4	4	4	22

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

Komunikasi Pemasaran (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
3	3	4	4	4	18
3	4	4	4	4	19
3	3	4	4	4	18
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	5	4	4	4	22
4	4	4	3	3	18
3	4	4	4	4	19
4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

Keberhasilan Usaha (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	5	21
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
3	3	4	4	4	18
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	5	21
5	4	5	5	5	24
5	4	4	5	5	23
5	5	4	4	4	22

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 J E M B E R

**(Data Hasil SPSS)**

A. Uji Validitas

1. X1 (Ekspansi Usaha)

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1total
X1.1	Pearson Correlation	1	.174	.274	.306	.271	.601**
	Sig. (2-tailed)		.359	.143	.100	.147	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.174	1	.866**	.413*	.367*	.734**
	Sig. (2-tailed)	.359		.000	.023	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.274	.866**	1	.413*	.367*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.143	.000		.023	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.306	.413*	.413*	1	.887**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.100	.023	.023		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.271	.367*	.367*	.887**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.147	.046	.046	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1total	Pearson Correlation	.601**	.734**	.767**	.810**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,601	> 0,361	Valid
2	X1.2	0,734	> 0,361	Valid
3	X1.3	0,767	> 0,361	Valid
4	X1.4	0,810	> 0,361	Valid
5	X1.5	0,778	> 0,361	Valid

## 2. X2 (Pola Kemitraan)

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2total
X2.1	Pearson Correlation	1	.795**	.636**	.264	.188	.785**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.159	.319	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.795**	1	.717**	.308	.245	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.098	.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.636**	.717**	1	.471**	.415*	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.009	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.264	.308	.471**	1	.657**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.159	.098	.009		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.188	.245	.415*	.657**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.319	.192	.023	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2total	Pearson Correlation	.785**	.827**	.849**	.685**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,785	> 0,361	Valid
2	X2.2	0,827	> 0,361	Valid
3	X2.3	0,849	> 0,361	Valid
4	X2.4	0,685	> 0,361	Valid
5	X2.5	0,643	> 0,361	Valid

### 3. X3 (Komunikasi Pemasaran)

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3total
X3.1	Pearson Correlation	1	.642**	.274	.202	.113	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000	.143	.286	.554	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.642**	1	.598**	.464**	.365*	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.274	.598**	1	.658**	.539**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.143	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.202	.464**	.658**	1	.894**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.286	.010	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.113	.365*	.539**	.894**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.554	.047	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3total	Pearson Correlation	.625**	.820**	.784**	.827**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X3.1	0,625	> 0,361	Valid
2	X3.2	0,820	> 0,361	Valid
3	X3.3	0,784	> 0,361	Valid
4	X3.4	0,827	> 0,361	Valid
5	X3.5	0,745	> 0,361	Valid

#### 4. Y (Keberhasilan Usaha)

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Ytotal
Y1	Pearson Correlation	1	.723**	.440*	.306	.261	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.100	.163	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.723**	1	.584**	.352	.283	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.056	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.440*	.584**	1	.575**	.484**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.015	.001		.001	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.306	.352	.575**	1	.707**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.100	.056	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.261	.283	.484**	.707**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.163	.130	.007	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Ytotal	Pearson Correlation	.723**	.766**	.792**	.783**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

No	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y1	0,723	> 0,361	Valid
2	Y2	0,766	> 0,361	Valid
3	Y3	0,792	> 0,361	Valid
4	Y4	0,783	> 0,361	Valid
5	Y5	0,733	> 0,361	Valid

## B. Uji Reliabilitas

### 1. X1 (Ekspansi Usaha)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	5

### 2. X2 (Pola Kemitraan)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	5

### 3. X3 (Komunikasi Pemasaran)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	5

### 4. Y (Keberhasilan Usaha)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	5

C. Uji Deskriptif

1. X1 (Ekspansi Usaha)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.23	4.47	4.47	4.57	4.57
Median		4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
Mode		4	4	4	5	5
Std. Deviation		.679	.507	.507	.504	.568
Variance		.461	.257	.257	.254	.323
Range		2	1	1	1	2
Minimum		3	4	4	4	3
Maximum		5	5	5	5	5

**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	13.3	13.3	13.3
	4	15	50.0	50.0	63.3
	5	11	36.7	36.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

**X1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	16	53.3	53.3	53.3
	5	14	46.7	46.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

J E M B E R

**X1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	16	53.3	53.3	53.3
	5	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43.3	43.3	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3
	4	11	36.7	36.7	40.0
	5	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

2. X2 (Pola Kemitraan)

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.27	4.37	4.50	4.57	4.50
Median		4.00	4.00	4.50	5.00	5.00
Mode		4	4	4	5	5
Std. Deviation		.640	.615	.509	.504	.572
Variance		.409	.378	.259	.254	.328
Range		2	2	1	1	2
Minimum		3	3	4	4	3
Maximum		5	5	5	5	5

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	10.0	10.0	10.0
	4	16	53.3	53.3	63.3
	5	11	36.7	36.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	6.7
	4	15	50.0	50.0	56.7
	5	13	43.3	43.3	100.0
Total		30	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	15	50.0	50.0	50.0
	5	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	13	43.3	43.3	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3
	4	13	43.3	43.3	46.7
	5	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

3. X3 (Komunikasi Pemasaran)

**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.23	4.33	4.47	4.53	4.53
Median		4.00	4.00	4.00	5.00	5.00
Mode		4	4	4	5	5
Std. Deviation		.679	.606	.507	.571	.571
Variance		.461	.368	.257	.326	.326
Range		2	2	1	2	2
Minimum		3	3	4	3	3
Maximum		5	5	5	5	5

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	13.3	13.3	13.3
	4	15	50.0	50.0	63.3
	5	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	6.7
	4	16	53.3	53.3	60.0
	5	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	16	53.3	53.3	53.3
	5	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3
	4	12	40.0	40.0	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3
	4	12	40.0	40.0	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

4. Y (Keberhasilan Usaha)

		Statistics				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
N	Valid	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.50	4.57	4.60	4.43	4.53
Median		5.00	5.00	5.00	4.50	5.00
Mode		5	5	5	5	5
Std. Deviation		.630	.568	.498	.626	.629
Variance		.397	.323	.248	.392	.395
Range		2	2	1	2	2
Minimum		3	3	4	3	3
Maximum		5	5	5	5	5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	6.7
	4	11	36.7	36.7	43.3
	5	17	56.7	56.7	100.0
Total		30	100.0	100.0	

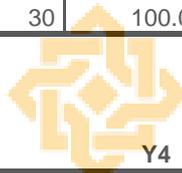
**Y2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	3.3	3.3	3.3

	4	11	36.7	36.7	40.0
	5	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**Y3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	12	40.0	40.0	40.0
	5	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	



**Y4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	6.7
	4	13	43.3	43.3	50.0
	5	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	



**Y5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	6.7	6.7	6.7
	4	10	33.3	33.3	40.0
	5	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Data Angket Jawaban Responden

### Uji Statistik Deskriptif X1

Pernyataan	Skala Likert	Frekuensi	Persentase	Nilai Pusat
	Sangat Setuju	11	37%	Mean = 4,23
	Setuju	15	50%	
X1.1	Ragu-Ragu	4	13%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	14	47%	Mean = 4,47
	Setuju	16	53%	
X1.2	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	14	47%	Mean = 4,47
	Setuju	16	53%	
X1.3	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	17	57%	Mean = 4,57
	Setuju	13	43%	
X1.4	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	18	60%	Mean = 4,57
	Setuju	11	37%	
X1.5	Ragu-Ragu	1	3%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

## Uji Statistik Deskriptif X2

Pernyataan	Skala Likert	Frekuensi	Persentase	Nilai Pusat
	Sangat Setuju	11	37%	Mean = 4,27
	Setuju	16	53%	
X2.1	Ragu-Ragu	3	10%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	13	43%	Mean = 4,37
	Setuju	15	50%	
X2.2	Ragu-Ragu	2	7%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	15	50%	Mean = 4,50
	Setuju	15	50%	
X2.3	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 4,50
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	17	57%	Mean = 4,57
	Setuju	13	43%	
X2.4	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	16	53%	Mean = 4,50
	Setuju	13	43%	
X2.5	Ragu-Ragu	1	3%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	

Sumber : Data Primer, diolah 2022.

### Uji Statistik Deskriptif X3

Pernyataan	Skala Likert	Frekuensi	Persentase	Nilai Pusat
	Sangat Setuju	11	37%	Mean = 4,23
	Setuju	15	50%	
X3.1	Ragu-Ragu	4	13%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	12	40%	Mean = 4,33
	Setuju	16	53%	
X3.2	Ragu-Ragu	2	7%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	14	47%	Mean = 4,47
	Setuju	16	53%	
X3.3	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 4,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 4
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	17	57%	Mean = 4,53
	Setuju	12	40%	
X3.4	Ragu-Ragu	1	3%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
	Sangat Setuju	17	57%	Mean = 4,53
	Setuju	12	40%	
X3.5	Ragu-Ragu	1	3%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

### Uji Statistik Deskriptif Y

Pernyataan	Skala Likert	Frekuensi	Persentase	Nilai Pusat
Y1	Sangat Setuju	17	57%	Mean = 4,50
	Setuju	11	37%	
	Ragu-Ragu	2	7%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
Y2	Sangat Setuju	18	60%	Mean = 4,57
	Setuju	11	37%	
	Ragu-Ragu	1	3%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
Y3	Sangat Setuju	18	60%	Mean = 4,60
	Setuju	12	40%	
	Ragu-Ragu	0	0%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
Y4	Sangat Setuju	15	50%	Mean = 4,43
	Setuju	13	43%	
	Ragu-Ragu	2	7%	Median = 4,50
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	
Y5	Sangat Setuju	18	60%	Mean = 4,53
	Setuju	10	33%	
	Ragu-Ragu	2	7%	Median = 5,00
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Mode = 5
	Total	30	100%	

Sumber: Data Primer, diolah 2022.

#### D. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00625624
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.085
Test Statistic		.118
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

#### E. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.788	2.566		1.866	.073		
	Ekspansi Usaha	.288	.111	.260	2.606	.015	.781	1.280
	Pola Kemitraan	.543	.126	.524	4.314	.000	.529	1.892
	Komunikasi Pemasaran	.553	.127	.548	4.367	.000	.494	2.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

F. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.096	1.467		-.065	.948
	Ekspansi Usaha	.063	.063	.205	1.002	.326
	Pola Kemitraan	.117	.072	.405	1631	.115
	Komunikasi Pemasaran	-.142	.072	-.505	-1.968	.060

a. Dependent Variable: Abs\_RES

G. Uji Regresi Linear Berganda Uji t Parsial

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.788	2.566		1.866	.073
	Ekspansi Usaha (X1)	.288	.111	.260	2.606	.015
	Pola Kemitraan (X2)	.543	.126	.524	4.314	.000
	Komunikasi Pemasaran (X3)	.553	.127	.548	4.367	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

H. Uji Regresi Linear Berganda Uji F Simultan

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.603	3	38.534	34.120	.000 <sup>b</sup>
	Residual	29.364	26	1.129		
	Total	144.967	29			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Pemasaran (X3), Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2)

## I. Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 <sup>a</sup>	.797	.774	1.063

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Pemasaran (X3), Ekspansi Usaha (X1), Pola Kemitraan (X2)

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884	
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712	
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453	
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318	
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343	
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763	
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529	
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079	
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681	
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370	
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470	
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963	
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198	
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739	
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283	
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615	
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577	
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048	
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940	
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181	
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715	
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499	
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496	
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678	
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019	
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500	
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103	
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816	
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624	
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518	
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490	
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531	
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634	
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793	
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005	
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262	
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563	
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903	
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279	
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688	

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

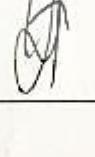
Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

## JURNAL PENELITIAN

Lokasi Penelitian:

Salman Agro Farm  
Jl. Raung No.10 Gardu Tengah, Rowosari  
Jember, Jawa Timur 68195  
Handphone: 085235885746

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1.	07 Desember 2021	Menyerahkan surat izin penelitian ke Perusahaan Salman Agro Farm	
2.	08 Desember 2021	Surat izin penelitian telah disetujui oleh Salman Alfarizi (Pengelola Salman Agro Farm)	
3.	13 Desember 2021	Meminta data profil Salman Agro Farm, Sejarah Salman Agro Farm, Visi dan Misi Salman Agro Farm, Struktur Organisasi dan Masing-masing Bagian di Salman Agro Farm	
4.	14 Desember 2021	Menyerahkan kuesioner kepada seluruh karyawan Salman Agro Farm	
5.	28 Desember 2021	Mengambil kuesioner yang telah diisi oleh seluruh karyawan Salman Agro Farm	
6.	10 Januari 2022	Foto bersama dengan beberapa karyawan Salman Agro Farm karena sebagian karyawan ada yang tidak masuk	
7.	11 Januari 2022	Meminta surat selesai penelitian dan meminta tanda tangan jurnal kegiatan penelitian	

Jember, 11 Januari 2022  
Hormat Kami,

  
**Salman Agro Farm**  
KAWONONDAM, JEC. SUMBER JAMBE  
JEMBER  
Pengelola Salman Agro Farm



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [uinkhas@gmail.com](mailto:uinkhas@gmail.com) Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-711/UIN.20/7.a/PP.00.9//12/2021  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

6 Desember 2021

Yth. Pengelola Salman Agro Farm  
Jl. Raung No. 10 Gardu Tengah, Rowosari Kec. Sumberjambe Kab. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Hurin Ain  
NIM : E20172245  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
a.n. Dekan  
Dekan Bidang Akademik,



*[Signature]*  
Nuryawati Islami Rahayu



# SALMAN AGRO FARM

Jalan Raung No. 10 Gardu Tengah, Rowosari Kec. Sumberjambe Kab. Jember  
No. Hp. 0852 3588 5746, E-mail : [salman.alfarizi19990806@gmail.com](mailto:salman.alfarizi19990806@gmail.com)

## SURAT KETERANGAN

No. 117/SKE/SAF/1/2022

Pengelola Salman Agro Farm Desa Rowosari Kec. Sumberjambe Kab. Jember menerangkan bahwa:

Nama : Hurin Ain  
NIM : E20172245  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember" mulai tanggal 13 Desember sampai dengan 11 Januari 2022. Demikian surat keterangan ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 11 Januari 2022  
Hormat kami,

  
**SAF**  
SALMAN AGRO FARM  
JEMBER

**Salman Alfarizi**  
Pengelola Salman Agro Farm



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN**

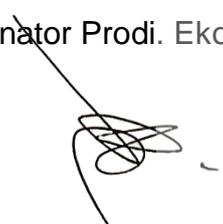
Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Hurin Ain  
NIM : E20172245  
Semester : 11

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

Jember, 26 Oktober 2022  
Dosen Pembimbing

  
Dr. M.F. Hidayatullah, SHI, M.Si  
NIP. 19760812200811015

  
Dr. KHAMDAN RIFAI, S.E., M.Si.  
NIP. 196808072000031001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Nomor : B-03.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/12/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Hurin Ain  
NIM : E20172245  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Ekspansi Usaha, Pola Kemitraan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha Salman Agro Farm di Desa Rowosari Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember.

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 05 Desember 2022

An. Dekan

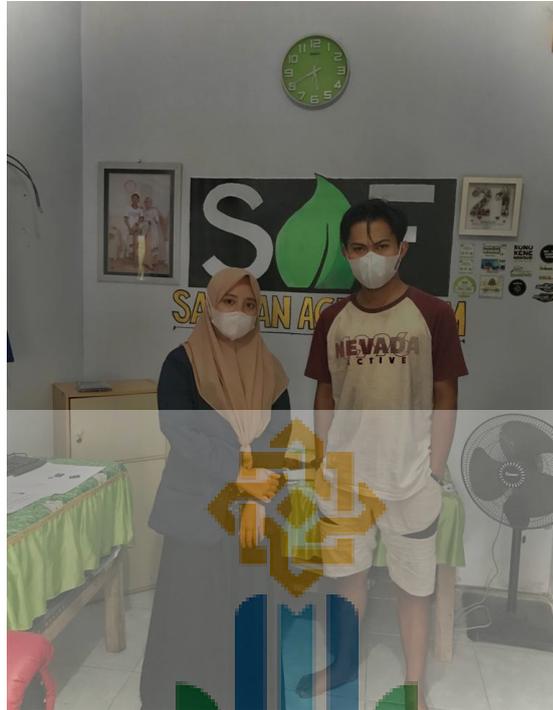
Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

## DOKUMENTASI



Bersama Salman Alfarizi (Pengelola sekaligus Pemilik Salman Agro Farm) membahas terkait proses penelitian yang akan dilakukan.



Menyerahkan kuesioner kepada seluruh karyawan Salman Agro Farm.



Mengambil kuesioner yang telah diisi oleh seluruh karyawan Salman Agro Farm.



Foto bersama Ainun, Sofi dan Linda (karyawan Salman Agro Farm) yang bekerja di bagian Budidaya Jamur.



Foto bersama Ardi, Wafer dan Tegar (karyawan Salman Agro Farm) yang bekerja di bagian Hidroponik.

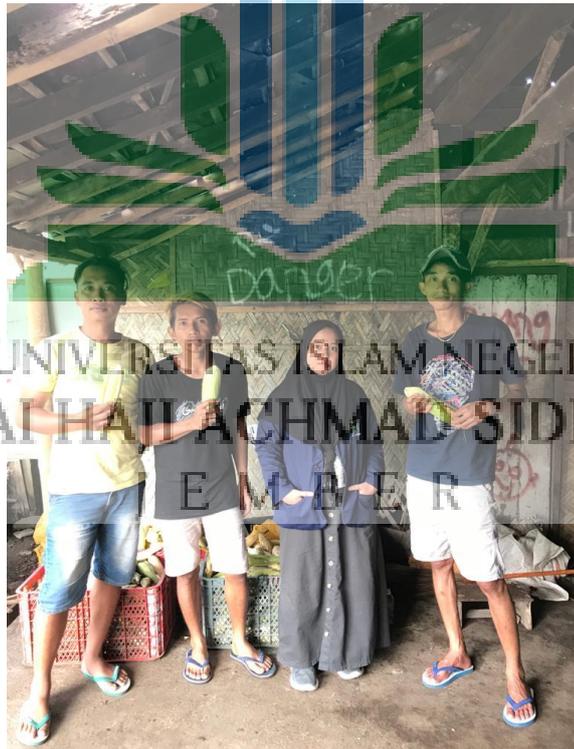


Foto bersama Makruh, Rudi dan Eka (karyawan Salman Agro Farm) yang bekerja di bagian Sayur.



Foto bersama Yus (karyawan Salman Agro Farm) yang bekerja di bagian Laboratorium Kultur Jaringan.



Peneliti memberikan Plakat Cenderamata kepada Salman Alfarizi (Pengelola sekaligus Pemilik Salman Agro Farm) sebagai ucapan terimakasih atas dukungan dan kenang-kenangan.

## BIODATA PENULIS



Nama : Hurin Ain  
NIM : E20172245  
Tempat Tanggal Lahir : Jember, 19 Mei 1998  
Alamat : Dusun Paleran, RT/RW. 004/001, Desa Cumedak,  
Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri KH. Ahmad Siddiq  
Jember

### Riwayat Pendidikan

1. SDN Slateng 3 Tahun 2011
2. SMPN 1 Sumberjambe Tahun 2014
3. MA Miftahul Ulum Suren Tahun 2017
4. Universitas Islam Negeri KH. Ahmad Siddiq Jember Tahun 2022