

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PRODUK
UMKM TERHADAP VOLUME PENJUALAN SELAMA
MASA PANDEMI COVID-19 DI BEKASI**

Tesis

Oleh:

Murdayani

201820152003



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PENGARUH BAURAN PEMASARAN PRODUK
UMKM TERHADAP VOLUME PENJUALAN SELAMA
MASA PANDEMI COVID-19 DI BEKASI

Nama Mahasiswa : Murdayani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820152003

Program Studi/ Fakultas : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Jakarta, 01 Februari 2021

MENYETUJUI:

Pembimbing I



Dr. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E
NIDN: 0314117307

Pembimbing II



Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D
NIDN: 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : PENGARUH BAURAN PEMASARAN PRODUK UMKM
TERHADAP VOLUME PENJUALAN SELAMA MASA
PANDEMI COVID 19 DI BEKASI

Nama Mahasiswa : Murdayani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820152003

Program Studi/Fakultas : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ujian Tesis : 6 Februari 2020

Jakarta, 6 Februari 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Zahara Tussoleha Rony, S.Pd., M.M.
NIDN 0304116501

Penguji I : Dr. Beti Nurbaiti, S.T.P., M.E
NIDN 0314117307

Penguji II : Husnil Khatimah, Ph.D
NIDN 0311099101

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dr. Faroman Syarief, S.E., M.M.

NIDN: 0405095803

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP.

NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis yang berjudul:

"Pengaruh Bauran Pemasaran Produk UMKM Terhadap Volume Penjualan Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Bekasi".

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, Februari 2020

Yang membuat pernyataan,



Murdayani
201820152003

ABSTRAK

Murdayani. 201820152003. Hubungan antara Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan (Studi Korelasi tentang Hubungan antara Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Volumen Penjualan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap volume penjualan di masa pandemi Covid-19 pada pelaku UMKM kuliner yang berlokasi di wilayah Bekasi Utara. Populasi adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di wilayah Bekasi berjumlah 1060 pelaku dan metode pengambilan sampel secara cluster sampling di wilayah Bekasi Utara berjumlah 104 pelaku UMKM. Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) dan analisis data yang digunakan dengan program *software* Lisrel 8.70. Untuk data primer diperoleh melalui skala likert dengan pengujian validitas, reliabilitas dan uji GOFI. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, hanya variabel promosi yang berpengaruh positif terhadap volume penjualan UMKM kuliner dengan kriteria mikro di Bekasi Utara.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Volume Penjualan

ABSTRACT

Murdayani. 201820152003. Relationship between Marketing Mix and Sales Volume (Correlation Study on the Relationship between Product Quality, Price, Promotion and Location to Sales Volume).

This study aims to determine how much influence the marketing mix strategy has on sales volume during the Covid-19 pandemic for culinary MSME players located in the North Bekasi area. The population is all culinary MSME actors in the Bekasi area totaling 1060 actors and the sampling method using cluster sampling in the North Bekasi area is 104 MSME actors. The author uses quantitative methods using SEM (Structural Equation Modeling) and data analysis used with the Lisrel 8.70 software program. Primary data is obtained through a Likert scale with validity, reliability and GOFI testing. From the research results, it was concluded that product quality, price and location had no effect on sales volume, only promotional variables had a positive effect on the sales volume of culinary MSMEs with micro criteria in North Bekasi.

Keywords: *Product Quality, Price, Location, Promotion, Sales Volume.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmatNya penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai tugas akhir dalam menempuh Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak mulai masa perkuliahan hingga penyusunan tesis ini sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (P) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Faroman Syarief ,S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Beti Nurbaiti, S.T.P.,M.E selaku Dosen Pembimbing I dan Penguji I sidang tesis yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberi semangat penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Drs. Soehardi, M.B.A., Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
5. Ibu Dr. Zahara Tussoleha Rony, S.Pd., M.M selaku ketua Penguji sidang tesis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
6. Husnil Khatimah, Ph.D., CH., Cht. selaku Penguji II sidang tesis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Orang Tuaku Ayahanda, Ibunda dan suami tercinta serta kakak-kakaku tersayang terimakasih atas do'anya selama ini.
9. Seluruh pelaku UMKM kuliner di Bekasi Utara yang telah membantu dan mendukung penelitian tesis ini hingga selesai.
10. Teman-teman mahasiswa Magister Manajemen angkatan 47, terima kasih atas kerjasama, keceriaan, dan kekeluargaannya.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1 Pengertian UMKM.....	7
2.1.2 Pandemi Covid-19.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Volume Penjualan.....	26
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	28
2.3 Kerangka Berfikir.....	36
2.4 Model Penelitian.....	37
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39

3.1	Tempat dan waktu penelitian.....	39
3.2	Metode dan Desain Penelitian.....	39
3.2.1	Metode Penelitian.....	39
3.2.2	Desain Penelitian.....	40
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1	Data primer.....	44
3.4.2	Data Sekunder.....	45
3.5	Instrumen Penelitian.....	45
3.6	Teknik Analisa Data.....	47
3.7	Uji Coba Instrumen Penelitian.....	48
3.7.1	Uji Validitas.....	48
3.8	Pengolahan Data/Uji Penelitian.....	48
3.8.1	Uji Validitas.....	48
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.8.3	Uji Kecocokan.....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
4.1.1	UMKM Kota Bekasi.....	52
4.1.2	Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	54
4.1.3	Hasil Analisa Uji Statistik Deskriptif.....	54
4.1.3.1	Uji Statistik Deskriptif Jenis Kelamin.....	55
4.1.3.2	Uji Statistik Deskriptif Usia.....	56
4.1.3.3	Uji Statistik Deskriptif pendidikan Terakhir.....	57
4.2	Analisa Hasil Uji Dengan SEM.....	58
4.2.1	Uji Validitas Instrumen Pretest.....	58
4.2.2	Uji Penelitian Inti.....	69
4.2.2.1	Uji Pengukuran (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	69

4.2.2.2	Uji Kecocokan Model (GOFI).....	77
4.2.2.3	Uji Analisis Faktor Konfirmasi.....	80
4.2.2.4	Uji kecocokan Model Struktural Hipotesis Penelitian	82
4.3	Pembahasan.....	85
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan.....	85
4.3.2	Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan.....	88
4.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan.....	90
4.3.4	Pengaruh Lokasi Terhadap Volume Penjualan.....	92
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA.....	96
	LAMPIRAN.....	101



DAFTAR TABEL

			Halaman
Tabel	1.1	Penurunan Penjualan Pelaku UMKM.....	2
Tabel	1.2	UMKM Binaan di Bekasi.....	3
Tabel	2.1	Penelitian Yang Relevan.....	28
Tabel	3.1	Waktu Penelitian.....	39
Tabel	3.2	Jumlah Populasi UMKM Kuliner di Bekasi.....	43
Tabel	3.3	Skala Likert.....	45
Tabel	3.4	Instrumen Penelitian.....	46
Tabel	3.5	Perbandingan Ukuran GOFI.....	49
Tabel	4.1	Jumlah Penduduk Kota Bekasi.....	52
Tabel	4.2	Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner.....	54
Tabel	4.3	Hasil Uji Validitas Iterasi Awal Variabel laten PROD.....	59
Tabel	4.4	Hasil Uji Validitas Iterasi Akhir Variabel laten PROD.....	61
Tabel	4.5	Hasil Uji Validitas Iterasi Awal Variabel laten HAR.....	62
Tabel	4.6	Hasil Uji Validitas Iterasi Akhir Variabel laten HAR.....	63
Tabel	4.7	Hasil Uji Validitas Iterasi Awal Variabel laten PROM.....	64
Tabel	4.8	Hasil Uji Validitas Iterasi Akhir Variabel laten PROM.....	65
Tabel	4.9	Hasil Uji Validitas Iterasi Awal Variabel laten LOK.....	66
Tabel	4.10	Hasil Uji Validitas Iterasi Akhir Variabel laten LOK.....	67
Tabel	4.11	Hasil Uji Validitas Iterasi Awal Variabel laten VOL.....	78
Tabel	4.12	Hasil Uji Validitas Iterasi Akhir Variabel laten VOL.....	69
Tabel	4.13	Uji Validitas, Dan Reliabilitas Variabel laten PROD.....	70
Tabel	4.14	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Laten HAR.....	72
Tabel	4.15	Uji Model Pengukuran Variabel Laten PROM.....	73
Tabel	4.16	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Laten LOK.....	74
Tabel	4.17	Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Laten VOL.....	76
Tabel	4.18	Uji GOFI Variabel laten PROD.....	77
Tabel	4.19	Uji GOFI Variabel laten HAR.....	78

Tabel	4.20	Uji GOFI Variabel laten PROM.....	78
Tabel	4.21	Uji GOFI Variabel laten LOK.....	79
Tabel	4.22	Uji GOFI Variabel Laten VOL.....	79
Tabel	4.23	Uji kecocokan Model, Validitas dan Reliabilitas CFA.....	81
Tabel	4.24	Uji Kecocokan Model Struktural Penelitian.....	84
Tabel	4.25	Hasil Uji Model Struktural / Uji Hipotesis Penelitian.....	84



DAFTAR GAMBAR

			Halaman
Gambar	1.1	Pertumbuhan UMKM di Indonesia.....	1
Gambar	2.1	Sistem Pemasaran Sederhana.....	12
Gambar	2.2	Kerangka Berfikir.....	36
Gambar	2.3	Model penelitian.....	37
Gambar	3.1	Desain Penelitian Kuantitatif.....	42
Gambar	4.5	Statistik Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar	4.6	Statistik Deskriptif Berdasarkan Usia.....	56
Gambar	4.7	Statistik Deskriptif Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	57
Gambar	4.8	Iterasi Awal Variabel Laten PROD.....	59
Gambar	4.9	Iterasi Akhir Variabel Laten PROD.....	60
Gambar	4.10	Iterasi Awal Variabel Laten HAR.....	61
Gambar	4.11	Iterasi Akhir Variabel Laten HAR.....	62
Gambar	4.12	Iterasi Awal Variabel Laten PROM.....	63
Gambar	4.13	Iterasi Akhir Variabel Laten PROM.....	64
Gambar	4.14	Iterasi Awal Variabel Laten LOK.....	65
Gambar	4.15	Iterasi Akhir Variabel Laten LOK.....	66
Gambar	4.16	Iterasi Awal Variabel Laten VOL.....	67
Gambar	4.17	Iterasi Akhir Variabel Laten VOL.....	68
Gambar	4.18	Uji Model Pengukuran Variabel laten PROD.....	70
Gambar	4.19	Uji Model Pengukuran Variabel Laten HAR.....	71
Gambar	4.20	Uji Model Pengukuran Variabel Laten PROM.....	73
Gambar	4.21	Uji Model Pengukuran Variabel Laten LOK.....	74
Gambar	4.22	Uji Model Pengukuran Variabel Laten VOL.....	75
Gambar	4.23	Uji Model Confirmatory.....	81
Gambar	4.24	Uji Model Struktural Standardized Solution.....	83
Gambar	4.25	Hasil Uji Model Struktural T-Value.....	83