

# **PENGARUH PERSEPSI KEWIRAUSAHAAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BOGOR**

**RINDA TRI WIJAYANTI**



**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**

@Hak cipta milik IPBUniversity

IPBUniversity





*@Hak cipta milik IPBUniversity*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Persepsi Kewirausahaan Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM selama Pandemi COVID-19 di Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, September 2021



Rinda Tri Wijayanti  
NIM H251190291

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



## RINGKASAN

RINDA TRI WIJAYANTI. Pengaruh Persepsi Kewirausahaan Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM selama Pandemi COVID-19 di Kota Bogor. Dibimbing oleh MUKHAMAD NAJIB dan MIMIN AMINAH.

Di Indonesia, UMKM merupakan *leading sector* dalam pembangunan ekonomi dan mencakup beberapa aspek serta berbagai faktor seperti penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan dan kontribusi terhadap PDB, namun dampak pandemi sangat dirasakan oleh UMKM terlebih lagi permasalahan yang diakibatkan oleh keterbatasan modal, dan keterbatasan persediaan bahan baku. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, dibutuhkan metode dan strategi pemasaran yang tepat, salah satu pendekatan yang saat ini muncul adalah kewirausahaan pemasaran. Keterkaitan kewirausahaan pemasaran dan kinerja usaha UMKM dapat terlihat dari peningkatan pendapatan, pertumbuhan pelanggan dan *volume* penjualan dari UMKM itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha UMKM selama pandemi COVID-19 di Kota Bogor. Penelitian dilaksanakan selama bulan Januari-Februari 2021 terhadap 150 responden UMKM dengan kriteria yaitu usaha pengolahan pangan, usia usaha minimal 2 tahun atau telah membuka usaha sebelum masa pandemi. Metode pengolahan data yang digunakan berupa analisis deskriptif kuantitatif, tabulasi silang dan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Variabel yang diteliti adalah faktor lingkungan eksternal, faktor lingkungan internal, kewirausahaan pemasaran terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik pelaku yang dijelaskan dengan jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, alasan menekuni usaha, pekerjaan awal sebelum memulai usaha, awal mula menjalankan usaha, lama usaha direfleksikan oleh usia dan tingkat pendidikan memiliki hubungan korelasi dengan teknis produksi pada faktor lingkungan internal. Faktor lingkungan eksternal secara signifikan berpengaruh positif terhadap kewirausahaan pemasaran dan kinerja yang didalamnya dijelaskan oleh aspek kebijakan pemerintah, aspek sosial, budaya dan ekonomi, aspek peranan lembaga terkait dan aspek pesaing, dari variabel indikator tersebut, aspek sosial, budaya dan ekonomi paling merefleksikan lingkungan eksternal dari pelaku usaha. Faktor lingkungan internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kewirausahaan pemasaran namun sebaliknya semakin tinggi faktor lingkungan internal maka akan menurunkan kinerja usaha. Pada kewirausahaan pemasaran menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bogor dengan indikator proaktif yang dapat merefleksikan kewirausahaan pemasaran, sedangkan kinerja usaha direfleksikan oleh indikator pertumbuhan pelanggan.

Kata kunci: COVID-19, faktor lingkungan usaha, kewirausahaan pemasaran, kinerja usaha, UMKM.

## SUMMARY

RINDA TRI WIJAYANTI. The Effect of Entrepreneurial Marketing Perceptions on MSME Performance during the COVID-19 Pandemic in Bogor City. Supervised by MUKHAMAD NAJIB and MIMIN AMINAH.

In Indonesia, MSMEs are the leading sector in economic development and cover several aspects and various factors such as job creation, poverty reduction and contribution to GDP, but the impact of the pandemic is being felt by MSMEs, especially problems caused by limited capital, and limited supplies of raw materials. To solve these problems, appropriate marketing methods and strategies are needed, one approach that is currently emerging is entrepreneurial marketing. The relationship between entrepreneurial marketing and MSME business performance can be seen from the increase in income, customer growth and sales volume of MSMEs themselves.

This study aims to analyze the factors that affect the business performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic in Bogor City. The research was carried during January-February 2021 on 150 MSME respondents with the criteria of a food processing business, a minimum business age of 2 years or having opened a business before the pandemic period. The data processing method used in the form of quantitative descriptive analysis, cross tabulation and using the Structural Equation Model (SEM) Partial Least Square (PLS) approach. The variables studied were external environmental factors, internal environmental factors, entrepreneurial marketing on the performance of SMEs. The results showed that the characteristics of the actors described by gender, age, educational background, reasons for pursuing a business, initial work before starting a business, the beginning of running a business, length of business reflected by age and education level had a correlation with production techniques on internal environmental factors. External environmental factors have a significant positive effect on entrepreneurial marketing and performance which are explained by aspects of government policy, social, cultural and economic aspects, aspects of the role of related institutions and aspects of competitors, from these indicator variables, social, cultural and economic aspects most reflect the external environment. from business actors. Internal environmental factors have a positive and significant effect on entrepreneurial marketing, but on the contrary, the higher the internal environmental factors, the lower the business performance. Entrepreneurial marketing shows a significant and positive influence on the business performance of MSMEs in Bogor City with proactive indicators that can reflect entrepreneurial marketing, while business performance is reflected by customer growth indicators.

*Keywords:* business environments, business performance, COVID-19, entrepreneurial marketing, MSMEs.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

© Hak Cipta milik IPB, Tahun 2021  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



**PENGARUH PERSEPSI KEWIRAUSAHAAN PEMASARAN  
TERHADAP KINERJA UMKM SELAMA PANDEMI COVID-19  
DI KOTA BOGOR**

**RINDA TRI WIJAYANTI**

Tesis  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister pada  
Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**

@Hak cipta milik IPBUniversity

IPBUniversity

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.





Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Mukhamad Najib, S.TP., M.M
- 2 Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M
- 3 Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.
- 4 Dr. Ir. Jono M Munandar, M.Sc





*@Hak cipta milik IPBUniversity*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



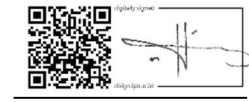
Judul Tesis : Pengaruh Persepsi Kewirausahaan Pemasaran Terhadap Kinerja  
UMKM selama Pandemi COVID-19 di Kota Bogor  
Nama : Rinda Tri Wijayanti  
NIM : H251190291

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Dr. Mukhamad Najib, S.TP., M.M



Pembimbing 2:  
Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Ir. Jono M Munandar, M.Sc  
NIP 19610123 198601 1 002



Dekan Sekolah Pascasarjana:  
Prof. Dr. Ir. Anas Miftah Fauzi, M.Sc  
NIP 19600419 198503 1 002



Tanggal Ujian:  
01 Juli 2021

Tanggal Lulus:  
08 September 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari sampai bulan Februari 2021 dengan judul “Pengaruh Persepsi Kewirausahaan Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM selama Pandemi COVID-19 di Kota Bogor”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Bapak Dr. Mukhamad Najib, S.TP., M.M dan Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dr. Ir. Jono M Munandar, M.Sc selaku Ketua Program Studi Ilmu Manajemen, Bapak Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec. selaku dosen penguji luar komisi pembimbing dan Bapak Dede Asir selaku staff DISPERDAGIN Kota Bogor, para pelaku usaha UMKM pengolahan pangan Kota Bogor yang telah meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian, moderator seminar, dan staff sekretariat yang telah memfasilitasi penulis.

Di samping itu, ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orangtua Syamsu Wijaya dan Ade Titing Nurhaeni, kedua kakak penulis Nursyamsiah P.U dan Bagja Permadi, ponakan tersayang Rafa, Kynan, Janna, Azka dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Tidak lupa untuk teman-teman PSIM 2019, Genk Kepompong, sahabat-sahabat selama penulis tinggal di Dramaga terimakasih sudah hadir, selalu menyemangati dikala galau, menemani dalam suka-duka selama penulisan dan penelitian, serta telah mengajarkan banyak hal dalam kehidupan penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, September 2021

*Rinda Tri Wijayanti*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Karakteristik Pelaku Usaha	6
2.2 Pengertian Persepsi	8
2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah	9
2.4 Kewirausahaan Pemasaran	11
2.5 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kewirausahaan Pemasaran	14
2.6 Pengaruh Kewirausahaan pemasaran Terhadap Kinerja Usaha	16
2.7 Penelitian Terdahulu	17
III METODE	20
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
3.2 Kerangka Pemikiran Konseptual	23
3.3 Variabel Operasional	25
3.4 Model Penelitian	27
3.5 Hipotesis	27
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.7 Jenis dan Sumber Data	28
3.8 Populasi dan Penentuan Sampel	29
3.9 Metode Pengumpulan Data	29
3.10 Pengolahan dan Analisis Data	30
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.2 Karakteristik Responden	35
4.3 Hubungan Karakteristik Responden dengan Faktor Internal	39
4.4 Faktor Lingkungan Usaha UMKM	40
4.5 Indikator Kewirausahaan Pemasaran	41
4.6 Indikator Kinerja Usaha UMKM	42
4.7 <i>Outer Loading</i>	43
4.8 Uji Validitas	44
4.9 Uji Reliabilitas	46
4.10 Evaluasi <i>Bootstrapping</i>	48
4.11 Pengujian Hipotesis	50
4.12 Implikasi Manajerial	52

V	SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	54
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN	63
	RIWAYAT HIDUP	66

@Hak cipta milik IPBUniversity

IPBUniversity



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPBUniversity.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPBUniversity.



## DAFTAR TABEL

1	Perkembangan jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja tahun 2018-2019	1
2	Perbandingan pemasaran konvensional dan <i>entrepreneurial marketing</i>	12
3	Prinsip kewirausahaan pemasaran	13
4	Rekapitulasi hasil penelitian terdahulu	17
5	Variabel operasional	26
6	Bobot atau skor penilaian skala <i>likert</i>	28
7	Rentang skala dan penilaian responden	29
8	Uji <i>chi-square</i> antara karakteristik responden dengan lingkungan internal	39
9	Rerata variabel faktor lingkungan eksternal	40
10	Rerata variabel faktor lingkungan internal	41
11	Rerata variabel kewirausahaan pemasaran	42
12	Rerata variabel kinerja usaha	43
13	Uji validitas	45
14	<i>Discriminant validity</i>	46
15	Uji reliabilitas	47
16	Uji <i>goodness of fit</i>	47
17	Analisis model struktural ( <i>inner model</i> )	49

## DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka penelitian	25
2	Model konseptual penelitian	27
3	<i>Path modelling</i> SEM-PLS	31
4	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	36
5	Karakteristik responden berdasarkan usia pelaku usaha UMKM	36
6	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	37
7	Karakteristik responden berdasarkan alasan menekuni usaha	37
8	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	38
9	Karakteristik responden berdasarkan awal mula usaha	38
10	Karakteristik responden berdasarkan lama usaha	39
11	Hasil model <i>outer</i> SEM-PLS	43
12	Hasil model <i>bootstrapping</i> SEM-PLS	48

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Model <i>Fit Summary</i>	64
2	<i>Fornell dan Larcker</i>	64
3	Dokumentasi	65