

**PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE* YANG DIMEDIASI
OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA PANDEMI COVID-19**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Progam Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Glenn Nugraha Jusuf

NPM 200325619

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE* YANG DIMEDIASI
OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA PANDEMI COVID-19**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)



Disusun Oleh :

Glenn Nugraha Jusuf

NPM : 200325619

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Diah Widiastuti Th.', is written over the name of the supervisor.

Diah Widiastuti Th., SE., M.Si.

16 Juli 2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE* YANG
DIMEDIASI OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA PANDEMI
COVID-19**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

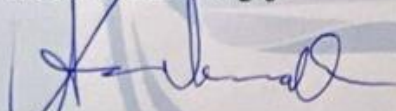
Glenn Nugraha Jusuf

NPM 200325619

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 05 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

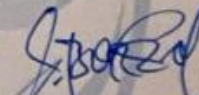
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

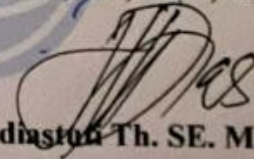


Parnawa Putranta M. Drs. MBA.PhD

Anggota Panitia Penguji



Debora Wintriarsi H, SE., MM., M.Sc.

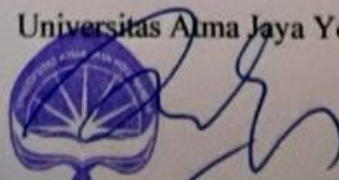


Diah Widiastuti Th. SE. M.Si.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Alma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ALMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE* YANG DIMEDIASI
OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA PANDEMI COVID-19**

Segala hasil, isi dan gagasan dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Saya telah secara tertulis mencantumkan referensi bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Jika di masa mendatang terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Yang menyatakan



Glenn Nugraha Jusuf

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kemurahan hati dan rahmat yang telah diberikan-Nya selama penulisan penelitian ini. Berkat Tuhan Yang Maha Esa peneliti dimampukan untuk menjalankan masa studinya dari awal semester sampai akhir semester hingga dapat menuliskan penelitian skripsi ini sebagai syarat akhri kelulusan. Penelitian dengan judul “ PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE* YANG DIMEDIASI OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA PANDEMI COVID-19 ” dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kendala dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam memberikan informasi, membimbing, menemani, membereki dukungan penuh dalam segala aspek dan mendorong untuk tetap melanjutkan penelitian skripsi ini hingga selesai, yaitu antara lain :

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, yang selalu membimbing, menuntun, memberi berkat dan lindungan serta kesehatan kepada peneliti dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Diah Widiastuti Th., SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dalam memberikan waktu, bimbingan, dorongan, arahan, dan masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Kepada saudara Helena Yovita Junijanto, S.M., M. selaku Asisten Dosen Pembimbing yang telah sabar membantu, memberikan waktu, dorongan, masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Rahmat Jusuf dan Ibu Yuyuh Suryana selaku anggota keluarga yang telah memberikan doa, harapan, memberi semangat dan dukungan dalam segala hal.

5. Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan seluruh Dosen yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu dan berdinamika bersama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari awal masa perkuliahan hingga peneliti mampu menyelesaikan masa studinya selama empat tahun.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi kelas G: Angeyn, Caesar, Dustin, Henry, Marcell, Michel, Nagata, Nikolas dan Yohanes.
7. Kepada teman-teman dari UPNVY: Naufal, Sudes, Fachrul, Revandy, Rafael, dan Ody.
8. Kepada teman dekat: Lemuel, Delon, Fristian, StevenDe, Farrell R, Farrell G, Achmad, Willy, Dyan, Yori, Adi, Jody, Tony, Rico, Cua, Felix, Oray, Rafel, dan Adhika.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner pada penelitian ini.
10. Peneliti sendiri yang sudah berjuang dengan gigih untuk mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, demikian penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sekian yang dapat peneliti sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, peneliti ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 13 Juni 2024

Peneliti



Glenn Nugraha Jusuf

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian	10
1.4.Manfaat Penelitian	10
1.5.Sistematika penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1.Pemasaran perusahaan	13
2.2.Kinerja Perusahaan.....	14
2.3.UMKM.....	15
2.4.Pemasaran <i>Digital</i>	17
2.5.Penelitian Terdahulu.....	18
2.6.Kerangka Penelitian	21
2.7.Pengembangan Hipotesis	21
2.7.1. Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan.....	21

2.7.2. Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i>	22
2.7.3. Pengaruh Kemampuan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja Perusahaan.....	23
2.7.4. Pengaruh Kemampuan Pemasaran Digital yang Memediasi Pemasaran Kewirausahaan dan Kinerja Perusahaan	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1.Lokasi Penelitian	26
3.2.Jenis Penelitian	26
3.3.Populasi dan Sampel	26
3.4.Jenis Data.....	27
3.5.Metode Pengumpulan Data	28
3.6.Tahapan Pembentukan Instrumen	29
3.7.Metode Analisis Data	30
3.7.1. <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	31
3.7.1.1. <i>Convergent Validity</i>	32
3.7.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	32
3.7.1.3. <i>Composite Reliability</i>	32
3.7.2. <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	33
3.8.Uji Hipotesis.....	33
3.9.Uji Mediasi.....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Analisis Profil Responden	36
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Omzet Perusahaan.....	36
4.1.2. Profil Berdasarkan Usia Perusahaan.....	37
4.1.3. Profil Berdasarkan Lama Perusahaan Menggunakan Pemasaran <i>Digital</i>	38
4.1.4. Profil Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial	39
4.2. Analisis Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	40

4.2.1. Evaluasi Model Ukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
4.2.1.1. <i>Uji Convergent Validity</i>	41
4.2.1.2. <i>Uji Discriminant Validity</i>	43
4.2.1.3. <i>Uji Composite Reliability</i>	45
4.2.2. Evaluasi Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	46
4.3. Pengujian Hipotesis.....	47
4.3.1. Pengaruh Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	48
4.3.2. Pengaruh Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i>	48
4.3.3. Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan	49
4.4. Pengujian Mediasi.....	49
4.5. Pembahasan Hipotesis.....	50
4.5.1. Pengaruh Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	50
4.5.2. Pengaruh Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i>	51
4.5.3. Pengaruh Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan	52
4.5.4. Pengaruh Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i> Dalam Memediasi Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Perusahaan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. kesimpulan.....	56
5.2. Implikasi manajerial.....	57
5.3. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total UMKM Di Indonesia	2
Gambar 1.2 Wirausahawan Di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Keuntungan Menggunakan Pemasaran <i>Digital</i>	6
Gambar 1.4 Pengguna Sosial Media Dunia	8
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian	21
Gambar 4.1 Model Struktural	40
Gambar 4.2 Model Konstruk.....	41
Gambar 4.3 (Model Konstruk) <i>Bootstrapping</i>	47
Gambar 4.4 Model Mediasi Kemampuan Pemasaran <i>Digital</i> Terhadap Pengaruh Antara Pemasaran Kewirausahaan Dan Kinerja Perusahaan	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	28
Tabel 3.2 Tahapan Pembentukan Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Omzet Perusahaan.....	37
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia Perusahaan.....	38
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Perusahaan Menggunakan Pemasaran Digital.....	38
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Media Sosial....	39
Tabel 4.5. <i>Matrix Outer Loading</i>	41
Tabel 4.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	42
Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i>	43
Tabel 4.8 <i>Fornell-Locker Criterion</i>	45
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 4.10 <i>R-square adjusted</i>	46
Tabel 4.11 <i>Path Coefficient</i>	47
Tabel 4.12 <i>Specific Indirect Effect</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT PENGANTAR KUESIONER	63
LAMPIRAN 2 DRAFT KUESIONER.....	65
LAMPIRAN 3 KUESIONER DARING (<i>GOOGLE FORM</i>)	69
LAMPIRAN 4 HASIL PENGISIAN KUESIONER DARING (<i>GOOGLE FORM</i>).....	77
L82AMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA SMART PLS.....	82
LAMPIRAN 6 BUKTI SEBAR KUESIONER	89
LAMPIRAN 7 JURNAL ACUAN 100	100

**PENGARUH PEMASARAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA PERUSAHAAN UMKM *FOOD AND BEVERAGE*
YANG DIMEDIASI OLEH PEMASARAN *DIGITAL* PASCA
PANDEMI COVID-19**

Glenn Nugraha Jusuf

Diah Widiastuti Th., SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan babarsari 43-33, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan UMKM FnB yang dimediasi oleh pemasaran *digital* pasca pandemi Covid-19. Populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat indonesia. Sedangkan sampel yang digunakan didalam penelitian ini sebanyak 200 orang responden yang diperoleh dari instrumen pengambilan data berupa *Google Form*. Pengambilan sample didalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini dengan menggunakan aplikasi *Partial Least Square* (SmartPLS). Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemasaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kemampuan pemasaran *digital* dan pemasaran *digital* berpengaruh positif terhadap performa perusahaan.

Kata Kunci : Pemasaran Kewirausahaan, Kinerja Perusahaan, Pemasaran *digital*