



**PERSEPSI RISIKO COVID-19 DAN KINERJA PEMASARAN
UMKM 4.0**

TESIS

CANDRA KIRANA HARTUTI SAPUTRO 2010121038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PERSEPSI RISIKO COVID-19 DAN KINERJA PEMASARAN
UMKM 4.0**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

CANDRA KIRANA HARTUTI SAPUTRO 2010121038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Candra Kirana Hartuti Saputro

NIM. : 2010121038

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Januari 2022

Yang menyatakan,



(Candra Kirana Hartuti Saputro)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Candra Kirana Hartuti Saputro
NIM. : 2010121038
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul :

Persepsi Risiko Covid-19 dan Kinerja Pemasaran UMKM 4.0

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 10 Januari 2022

Yang menyatakan,

A 10,000 Indonesian Rupiah banknote is shown, partially obscured by a signature and a stamp. The stamp is a circular official seal with the text 'METABOLISME' and 'TEMPERATUR' visible. The serial number '4127DAJX700077468' is printed at the bottom of the note.

(Candra Kirana Hartuti Saputro)

TESIS

**PERSEPSI RISIKO COVID-19 DAN KINERJA PEMASARAN
UMKM 4.0**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

CANDRA KIRANA HARTUTI SAPUTRO

2010121038

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 10 Januari 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggasabarani, SE, MM



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM

Pembimbing I



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE, Ak., M.Ak., CA
Dekan

Ketua Penguji



Dr. Faisal Marzuki, M.Pd

Pembimbing II



Dr. Yudi Nur S, S.Sos.I., MM.CRA, CRP.CMA
Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta
Pada tanggal: 10 Januari 2022

**PERSEPSI RISIKO COVID-19 DAN KINERJA PEMASARAN
UMKM 4.0**

By Candra Kirana Hartuti Saputro

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kinerja pemasaran melalui e-CRM dengan persepsi risiko covid-19 yang dapat memperkuat pengaruh e-CRM. Metode kuantitatif studi kasus digunakan, dengan sampel penelitian sebanyak 120 pelaku UMKM 4.0 provinsi Banten yang terdaftar di *e-commerce*. Teknik analisa data menggunakan *SmartPLS* 3.0 dengan hasil e-CRM berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM 4.0. Dimana adanya peningkatan 64,5% tingkat pengetahuan pelanggan, informasi teknologi serta orientasi pelanggan pada e-CRM maka kinerja pemasaran juga meningkat. Namun, persepsi risiko covid-19 tidak memperkuat pengaruh signifikan antara e-CRM terhadap kinerja pemasaran UMKM 4.0. Dimana adanya penurunan 14% persepsi risiko covid-19 jika pengaruh e-CRM terhadap kinerja pemasaran meningkat.

Kata Kunci : Persepsi Risiko Covid-19, Kinerja Pemasaran, e-CRM, UMKM 4.0

**PERCEPTION RISK COVID-19 AND MARKETING PERFORMANCE
DIGITAL MSME**

By Candra Kirana Hartuti Saputro

Abstract

The purpose of this study is to analyze marketing performance through e-CRM with the perceived risk of covid-19 which can strengthen the effect of e-CRM. The case study quantitative method was used, with a research sample of 120 MSME 4.0 players in Banten province registered in e-commerce. The data analysis technique uses SmartPLS 3.0 with the results of e-CRM having a significant positive effect on the marketing performance of MSME 4.0. Where there is a 64.5% increase in the level of customer knowledge, information technology and customer orientation in e-CRM, marketing performance also increases. However, the perception of the risk of covid-19 does not strengthen the significant influence of e-CRM on the marketing performance of MSME 4.0. Where there is a 14% decrease in the perception of the risk of covid-19 if the influence of e-CRM on marketing performance increases.

Keywords: Covid-19 Risk Perception, Marketing Performance, e-CRM, digital MSME



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
Jalan RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
TELP: 021-7656971, Fax: 021-7656904
Website: <http://www.feb.upnvj.ac.id>, Email: feb.upnvj@gmail.com

**BERITA CARA UJIAN TESIS
SEMESTER GENAP TA. 2021/2022**




Pada hari ini Senin, tanggal 10 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Tesis bagi mahasiswa :

Nama : Candra Kirana Hartuti Saputro
Nomor Induk Mahasiswa : 2010121038
Program Studi : Magister Manajemen

“PERSEPSI RISIKO COVID-19 DAN KINERJA PEMASARAN UMKM 4.0”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus**)

Tim Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggasabarani, SE, MM	Ketua	1. 
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM	Anggota 1	2. 
3	Dr. Faisal Marzuki, M.Pd	Anggota 2	3. 

Catatan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

JAKARTA, 10 Januari 2022
MENGESAHKAN
A.n. Dekan
Kaprog Magister Manajemen



Dr. Yudi Nur S, S.Sos.I., MM.CRA, CRP.CMA

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Januari 2022 dengan judul **“Perspektif Risiko Covid-19 dan Kinerja Pemasaran UMKM 4.0”**. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Bapak Dr. Yudi Nur S, S.Sos.I., MM.CRA, CRP.CMA selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen. Tidak lupa peneliti ucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si.,M.M., MOS., CPM dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M.Pd selaku dosen pembimbing saya dalam menulis dan melaksanakan penelitian ini, yang telah banyak memberikan bantuan, serta saran yang bermanfaat bagi peneliti sehingga usulan penelitian ini dapat berhasil dijalankan.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Suharsono Kartoatmodjo dan Ibu Katarina Pudjiastuti, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, semangat, dan kasih sayang kepada peneliti dalam menyelesaikan usulan penelitian ini. Serta kedua anak tersayang, Al Khwarizmi Kiza Rizkyawan dan Asy Syifa Nurzahkirna Rizkyawan juga Kakak-kakak dan Keponakan peneliti yang selalu memberikan semangat kepada peneliti. Serta, terima kasih kepada teman-teman terkasih Kak Nita Rosadiya, Kak Nur Yanti, Dina Anggraeni, Nur Syafiqoh, Fahmi Dermawan, Mas Moffy Pamungkas, Khairul Reza, dan Mas Ivanovic Radesa yang telah banyak memberikan bantuan serta menjadi pendengar keluh kesah peneliti. Kemudian kepada seluruh teman-teman Magister Manajemen angkatan 2020 dan 2019 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu namanya, tanpa mengurangi rasa hormat peneliti ucapkan terimakasih untuk bantuan dan dukungan selama berlangsungnya masa perkuliahan hingga sampai kepada penulisan usulan penelitian ini.

Jakarta, 05 Januari 2022

Candra Kirana Hartuti Saputro

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
BERITA CARA UJIAN TESIS	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran <i>Digital</i>	7
2.1.2 Kinerja Pemasaran.....	8
2.1.3 <i>E-Customer Relationship Management (e-CRM)</i>	9
2.1.4 Persepsi Risiko Covid-19	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Berpikir.....	15
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	18
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber Data.....	22
3.3.3 Pengumpulan Data.....	22
3.4 Teknik Analisis Data.....	23
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	24
3.4.2 Analisis Inferensial.....	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.2 Deskripsi Data Responden.....	33
4.3 Analisis Hasil Data dan Uji Hipotesis.....	39
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	39
4.3.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	40
4.3.2.1 Uji Validitas.....	40
4.3.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	44
4.3.3.1 R Square dan Adjusted R Square.....	44
4.3.3.2 Uji Hipotesis.....	45
4.4 Pembahasan.....	46
4.4.1 Pengaruh <i>e-CRM</i> berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.....	46
4.4.2 Persepsi risiko covid-19 dapat memperkuat pengaruh <i>e-CRM</i> dengan kinerja pemasaran.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	551

RIWAYAT HIDUP.....	557
LAMPIRAN.....	558

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rata-rata Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten/ Kota Provinsi Banten.....	3
Tabel 2. Operasionalisasi Pengukuran Variabel	19
Tabel 3. Skala Likert	22
Tabel 4. Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha	25
Tabel 5. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, dan Standar Deviasi.....	45
Tabel 6. Nilai <i>Cross Loading</i>	47
Tabel 7. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	48
Tabel 8. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 9. Nilai <i>R Square</i> dan <i>Adjusted R Square</i>	50
Tabel 10. Hasil Uji t-statistik.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia	2
Gambar 2. Kerangka Berpikir	17
Gambar 3. Langkah-langkah PLS.....	23
Gambar 4. Inner Model.....	34
Gambar 5. Outer Model Kinerja Pemasaran.....	35
Gambar 6. Outer Model e-CRM.....	35
Gambar 7. Outer Model Persepsi Risiko Covid-19.....	35
Gambar 8. Konstruksi Diagram Jalur.....	36
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili/ Tempat Usaha.....	40
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Gambar 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Gambar 14. Outer Model.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Isi Kuesioner.....	58
Lampiran 2. Pernyataan Isi Kuesioner	60
Lampiran 3. Nilai Indeks Kuesioner.....	67