

**PENGARUH INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA  
PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN  
BULELENG**

**TESIS**



**OLEH:  
NYOMAN DARMA WIBAWA  
NIM 2229131011**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI  
*DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA  
PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN  
BULELENG**

**TESIS**



**OLEH:  
NYOMAN DARMA WIBAWA  
NIM 2229131011**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
2024**



**PENGARUH INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI *DIGITAL  
MARKETING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM DI  
KABUPATEN  
BULELENG**

**TESIS**

Diajukan kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Magister Manajemen  
Program Studi S2 Ilmu Manajemen



**OLEH:**

**NYOMAN DARMA WIBAWA  
NIM 2229131011**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU MANAJEMEN  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis oleh Nyoman Darma Wibawa ini telah diperiksa dan disetujui untuk memenuhi syarat-syarat untuk mencapai Gelar Magister Manajemen

Singaraja, 30 Juli 2024

Pembimbing I

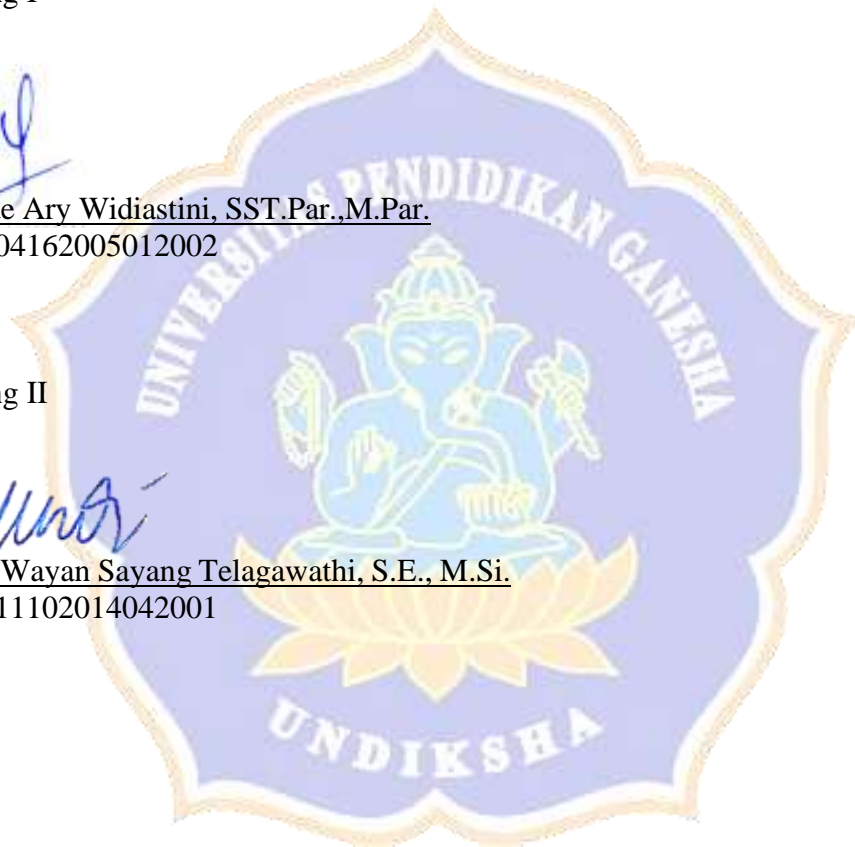


Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par.,M.Par.  
NIP : 198104162005012002

Pembimbing II



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.  
NIP : 197611102014042001



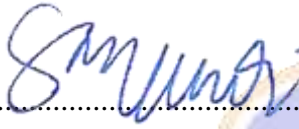
## LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI

Tesis oleh Nyoman Darma Wibawa ini telah berhasil dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan diterima sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Program Studi Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.


Singaraja,

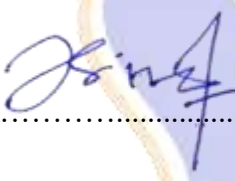
Oleh

Tim Penguji:

 Ketua  
..... Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si  
NIP. 197611102014042001

 Anggota  
..... Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par  
NIP 198104162005012002

 Anggota  
..... Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M  
NIP. 198309212015041001

 Anggota  
..... Dr. Ni Kadek Sinarwati, S.E., Ak., M.Si  
NIP. 197210202010122002

 Mengetahui  
Program Pascasarjana Undiksha,  
  
Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd  
NIP 195910101986031003

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai dengan norma, kaidah, serta etika akademis.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Singaraja, Juli 2024

Yang memberi pernyataan ,



**Nyoman Darma Wibawa**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah-Nya, hingga tesis yang berjudul: “**Pengaruh Inovasi Produk Dalam Memediasi Digital Mareketing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng**”, bisa diselesaikan sesuai dengan yang direncanakan.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha pada Program Studi Ilmu Manajemen. terselesaikannya tesis ini sudah banyak memperoleh uluran tangan dari berbagai pihak. Untuk itu, ijinlah penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan pada pihak-pihak berikut.

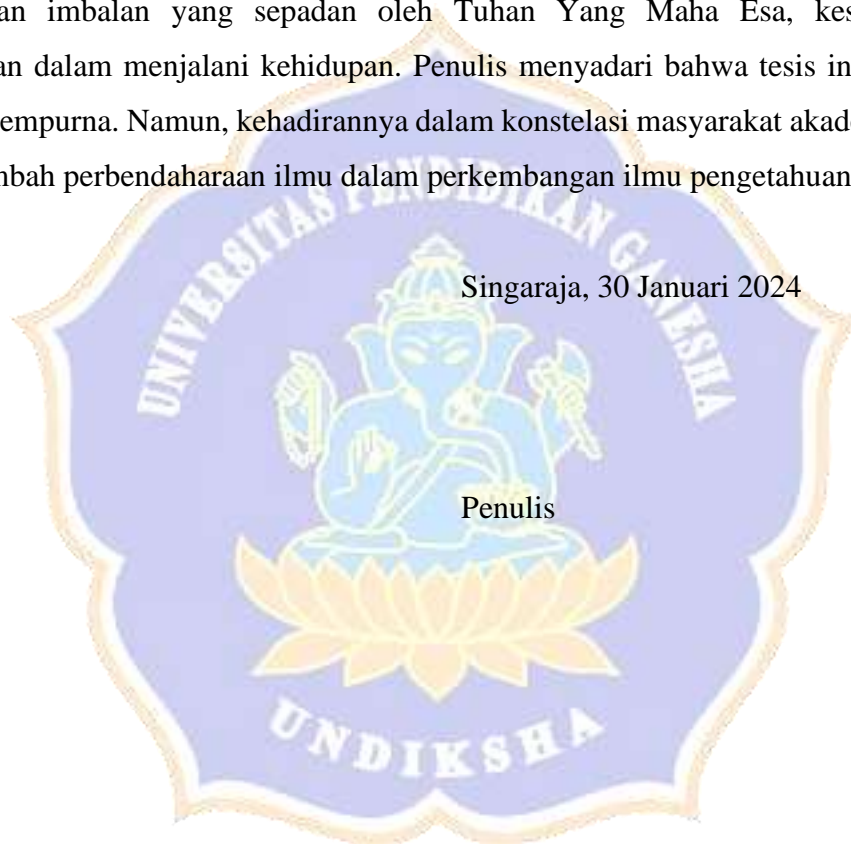
1. Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang sudah memberi bantuan secara moral dan memfasilitasi berbagai kepentingan penulis pada menyelesaikan tesis ini;
2. Direktur Pascasarjana Undiksha dan staf, yang sudah banyak membantu selama penulis menyelesaikan tesis ini;
3. Koordinator Program Studi Ilmu Manajemen Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE., M.Si yang sekaligus sebagai pembimbing II dan banyak membantu sekaligus memotivasi penulis selama penyusunan tesis ini;
4. Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par sebagai pembimbing I yang sudah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberi motivasi yang demikian bermakna, hingga penulis mampu melewati berbagai hambatan pada perjalanan studi dan penyelesaian tesis ini;
5. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M dan Dr. Ni Kadek Sinarwati, S.E., Ak., M.Si sebagai penguji yang sudah banyak memberi masukan-masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan tesis ini;
6. Kepala Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi, UMKM Kabupaten Buleleng, Drs. Dewa Made Sudiarta, M.Si yang telah memberikan izin dan bantuan administratif sehingga penulis memperoleh kesempatan melanjutkan studi dan menyelesaikan tesis ini;
7. Para pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng yang telah bersedia menjadi responden dalam penyelesaian tesis ini;



8. Rekan-rekan seangkatan di Program Studi Ilmu Manajemen yang dengan karakternya masing-masing telah banyak berkontribusi membentuk kemandirian penulis selama menjalani studi dan penyelesaian tesis ini;
9. Kedua Orang Tua (ayah: Wayan Surata dan Ibu: Nyoman Mariti), Saudara (Gede Arta, Gede Sutriasa, dan Made Duwiasa), Istri tercinta (Ni Kadek Kadek Diana Kusuma Dewi) selaku keluarga penulis, yang telah banyak mendukung penulis selama penyelesaian kelayakan tesis ini.

Semoga semua bantuan yang telah diberikan dalam menyelesaikan studi ini, mendapatkan imbalan yang sepadan oleh Tuhan Yang Maha Esa, kesehatan, dan keharmonian dalam menjalani kehidupan. Penulis menyadari bahwa tesis ini belum bisa dikatakan sempurna. Namun, kehadirannya dalam konstelasi masyarakat akademis semoga bisa menambah perbendaharaan ilmu dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Singaraja, 30 Januari 2024



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Pejelasan Istilah .....	9
1.8 Rencana Publikasi .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Kinerja Pemasaran .....	11
2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran .....	11
2.1.2 Indikator Kinerja Pemasaran .....	13
2.2 Inovasi Produk .....	14
2.2.1 Tujuan Inovasi Produk .....	14
2.2.2 Pengelompokan Inovasi Produk .....	15
2.2.3 Karakteristik Inovasi Produk .....	16
2.2.4 Faktor-Faktor Pendukung Keberhasilan Inovasi Produk .....	18
2.2.5 Indikator Inovasi Produk .....	19
2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	20
2.3.1 Manfaat Digital Marketing .....	20
2.3.2 Tujuan dan Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i> .....	23
2.3.3 Digital Marketing Tool .....	27
2.3.4 Kelebihan dan kekurangan Digital Marketing .....	30
2.3.5 Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	31
2.4 Penelitian Terdahulu .....	32
2.4.1 Penelitian Inovasi Produk Pada Kinerja Pemasaran .....	32
2.4.2 Penelitian <i>Digital Marketing</i> Kinerja Pemasaran .....	34
2.5 Hubungan Antar Konsep .....	35
2.5.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Inovasi Produk .....	35
2.5.2 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kinerja Pemasaran .....	36
2.5.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran .....	37
2.5.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk .....	39
2.6 Kerangka Berpikir .....	39
2.7 Hipotesis Penelitian .....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....	41
3.1 Jenis Penelitian .....	41

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.2.1 Populasi Penelitian.....	41
3.2.2 Sampel Penelitian .....	42
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.4 Variable Penelitian .....	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.7 Instrumen Penelitian.....	45
3.8 Analisis Data.....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>



