

ABSTRAK

Wibawa, Nyoman Darma (2024), Pengaruh Inovasi Produk Dalam Memediasi Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng. Tesis Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par.,M.Par. dan Pembimbing II : Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par.,M.Par.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dalam memediasi digital marketing terhadap kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng. Pasca pandemi Covid-19, ekonomi Provinsi Bali menunjukkan tren peningkatan yang didorong oleh sektor-sektor seperti akomodasi, makan minum (Akmamin), transportasi, perdagangan, dan konstruksi. Namun, pertumbuhan ekonomi masih belum mencapai target yang diharapkan. Dalam konteks ini, sektor UMKM menjadi penting sebagai penggerak ekonomi baru, terutama di Kabupaten Buleleng yang memiliki banyak pelaku UMKM aktif di bidang kuliner, kriya, dan fashion. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 47 UMKM yang telah on-boarding pada marketplace. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan software SmartPLS4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Selain itu, digital marketing juga berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Inovasi produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Inovasi produk juga mampu memediasi pengaruh digital marketing terhadap kinerja pemasaran, sehingga menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas digital marketing terhadap kinerja pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya pemanfaatan digital marketing yang efektif dan inovasi produk yang berkesinambungan untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Kabupaten Buleleng.

Kata Kunci: Digital Marketing, Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

Wibawa, Nyoman Darma (2024). The Influence of Product Innovation in Mediating Digital Marketing on MSME Marketing Performance in Buleleng Regency. Master's Thesis in Management Science, Graduate Program, Ganesha University of Education.

This thesis has been approved and examined by Supervisor I: Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par. and Supervisor II: Dr. Ni Made Ary Widiastini, SST.Par., M.Par.

This research aims to analyze the influence of product innovation in mediating digital marketing on the marketing performance of MSMEs in Buleleng Regency. Post-Covid-19 pandemic, the economy of Bali Province has shown an increasing trend driven by sectors such as accommodation, food and beverages, transportation, trade, and construction. However, economic growth has yet to reach the expected target. In this context, the MSME sector becomes crucial as a new economic driver, especially in Buleleng Regency, which has many active MSME players in the culinary, craft, and fashion fields. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through documentation and questionnaires. The research sample consists of 47 MSMEs that have onboarded onto the marketplace. Data analysis was conducted using Structural Equation Modelling (SEM) with SmartPLS4 software.

The results showed that digital marketing has a significant positive influence on product innovation. Additionally, digital marketing also has a positive and significant impact on the marketing performance of MSMEs. Product innovation has been proven to have a positive and significant impact on the marketing performance of MSMEs. Product innovation also mediates the influence of digital marketing on marketing performance, making it an important factor in enhancing the effectiveness of digital marketing on marketing performance. Thus, this research emphasizes the importance of effective digital marketing utilization and continuous product innovation to improve the marketing performance of MSMEs in Buleleng Regency.

Keywords: Digital Marketing, Product Innovation, Marketing Performance, MSMEs