

**EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI
ONLINE PADA PELAKU USAHA KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) BIDANG KONVEKSI DISAAT
PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN
INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG**

TESIS

BAMBANG SUTEJO

13190001



**PROGRAM STUDI STRATA 2 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI
ONLINE PADA PELAKU USAHA KECIL DAN
MENENGAH (UMKM) BIDANG KONVEKSI DISAAT
PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN
INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG**

TESIS

BAMBANG SUTEJO

13190001



**TESIS INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 2 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis dengan judul:

**EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI *ONLINE* PADA
PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG
KONVEKSI DISAAT PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN
INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari Tesis yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 28 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Bambang Sutejo
NIM : 13190001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis dengan judul :

EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI *ONLINE* PADA PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG KONVEKSI DISAAT PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Tesis ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Diah Pranitasari, S.P., M.M. dan Dr. Muhammad Anhar, S.E., M.Si., Ak., CA. diketahui oleh Kepala Program Studi Magister Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 28 Februari 2022

Pembimbing I,



Dr. Diah Pranitasari, S.P., M.M.

Pembimbing II,



Dr. Muhammad Anhar, S.E., M.Si., Ak., CA.

Diketahui

Kepala Program Studi Magister Manajemen



Dr. H. Supriyatin SY, MM

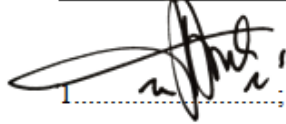
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul :

**EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI *ONLINE* PADA
PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG
KONVEKSI DISAAT PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN
INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG**

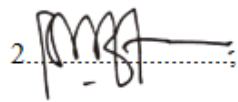
telah diuji dalam suatu sidang Tesis yang diselenggarakan oleh Program Studi
Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 01
Maret 2022 dengan nilai A-.

Panitia Ujian Tesis

1. ;

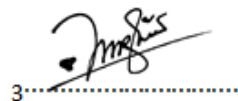
Dr.H.Supriyatin SY, MM

(Kepala Program Studi Magister Manajemen)

2. ;

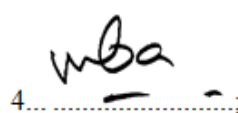
Dr.Diah Pranitasari,S.P.,M.M

(Pembimbing I)

3. ;

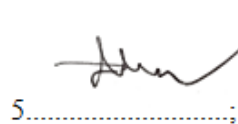
Dr.Muhammad Anhar, SE, M.Sc., Ak., CA

(Pembimbing II)

4. ;

Dr. Benny Alexandry,SE.,MBA

(Penguji I)

5. ;

Dr.Indra Sakti,SE.,MM

(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Tesis ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini saya sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Diah Pranitasari, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Dr. Muhammad Anhar, SE., M.Sc., Ak., CA selaku dosen pembimbing kedua yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Benny Alexandry, SE., MBA selaku dosen penguji pertama dan Bapak Dr. Indra Sakti, SE., MM selaku dosen penguji kedua.
3. Bapak Dr. H. Supriyatin SY, MM selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak H. Agustian Burda BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
5. Bapak Drs. Ridwan Maronrong Msc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Bapak Samsu Rizal Kadafi, selaku kepala unit pengelola kawasan pusat pengembangan usaha kecil dan menengah serta pemukiman Pulogadung.
7. Para pelaku usaha UMKM konveksi di Kawasan Perkampunhan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur.
8. Kedua orangtua yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa yang tiada hentinya kepada saya agar menjadi anak yang baik, sukses, dan menjadi kebanggaan mereka.
9. Istri dan ketiga anak saya yang selalu menjadi penyemangat bagi saya dalam menyelesaikan tesis ini.

10. Keluarga besar saya, kakak-kakak dan saudara-saudara saya yang banyak membantu dan menyemangati saya.
11. Dan semua orang-orang yang telah membantu, memberikan dukungan dan motivasi kepada saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi terciptanya kesempurnaan dalam penyempurnaan tesis ini.

Jakarta, 28 Februari 2022

Bambang Sutejo
NIM : 13190001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bambang Sutejo
NPM : 13190001
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- exclusive Royalty-Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI *ONLINE* PADA PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG KONVEKSI DISAAT PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan namanya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 28 September 2022

Yang menyatakan,



Bambang Sutejo
NIM 13190001

Nama : Bambang Sutejo	Dosen Pembimbing:
NPM : 13190001	Dr. Diah Pranitasari, S.P., M.M.
Program Studi : Magister Manajemen	Dr. Muhammad Anhar, S.E., M.Si., Ak., CA.

EVALUASI PENGGUNAAN *PLATFORM* JUAL-BELI *ONLINE* PADA PELAKU USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BIDANG KONVEKSI DISAAT PANDEMIC *COVID-19* DI PERKAMPUNGAN INDUSTRI KECIL (PIK) PULOGADUNG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penggunaan *platform* jual-beli *online* terhadap biaya pemasaran, peningkatan pendapatan, peningkatan laba dan pengembangan wilayah pemasaran bagi UMKM yang menggunakannya.

Strategi dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada para responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM konveksi yang berada di kawasan PIK Pulogadung Jakarta Timur yang berjumlah 50 orang. Metoda sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda sample jenuh. Sampel dalam penelitian ini diambil dari seluruh anggota populasi yang berjumlah 50 orang dimana seluruhnya telah memenuhi kriteria. Data primer yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 24. Analisis data yang digunakan analisis *statistic deskriptif*, uji validitas dan reliabilitas kuesioner serta pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: penggunaan *platform* jual-beli *online* dalam usaha UMKM bidang konveksi dapat menurunkan biaya pemasaran, dapat meningkatkan pendapatan, dapat meningkatkan laba dan dapat meningkatkan pengembangan wilayah pemasaran.

Kata Kunci : *Platform* Jual-Beli *Online* , Biaya Pemasaran, Pendapatan, Laba, Wilayah Pemasaran.

Name : Bambang Sutejo	Supervisor :
NPM : 13190001	Dr. Diah Pralitasari, S.P., M.M.
Study Program : Master of Management	Dr. Muhammad Anhar, S.E., M.Si., Ak., CA.

EVALUATION OF THE USE OF ONLINE BUYING AND SELLING PLATFORMS IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN THE CONVECTION SECTOR DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN THE SMALL INDUSTRY VILLAGE (SIV) PULOGADUNG

ABSTRACT

This study aims to evaluate the use of online buying and selling platforms for marketing costs, increasing income, increasing profits and developing marketing areas for MSMEs that use them.

The strategy in this research is descriptive quantitative, data collected through interviews and questionnaires distributed to the respondents who are samples of the population of this study. The population in this study were convection MSME actors in the PIK Pulogadung area, East Jakarta, amounting to 50 people. The sample method used in this study is the saturated sample method. The sample in this study was taken from all members of the population, amounting to 50 people, all of which have met the criteria. The primary data obtained were processed using SPSS version 24. Data analysis used descriptive statistical analysis, validity and reliability tests of questionnaires and hypothesis testing.

The results of this study indicate that: the use of online buying and selling platforms in the MSME business in the convection sector can reduce marketing costs, can increase revenue, can increase profits and can increase the development of marketing areas.

Keywords : Online Trading Platform, Marketing Cost, Revenue, Profit, Marketing Area.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	vii
Abstrak	viii
Abstract	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Grafik	xvii
Daftar Lampiran	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Bagi Ilmu Pengetahuan	6
1.4.2 Bagi Pelaku Usaha	6
1.4.3 Bagi Pembuat Kebijakan	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	8
2.1.2 Bidang Usaha Konveksi dalam UMKM	8
2.1.3 Pemasaran	9

2.1.3.1 Fungsi Pemasaran	9
2.1.4 Pemasaran <i>Digital</i>	10
2.1.4.1 Perbedaan Penggunaan <i>Digital Marketing</i> dengan Tradisional <i>Marketing</i>	11
2.1.4.2 Media Pemasaran <i>Digital</i>	12
2.1.4.3 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.4.4. Kelemahan <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.5 <i>E-commerce</i>	16
2.1.5.1. Klasifikasi <i>E-commerce</i>	17
2.1.5.2. Tujuan Menggunakan Aplikasi <i>E-commerce</i>	18
2.1.5.3 Manfaat <i>E-commerce</i>	18
2.1.5.4 Dampak Negatif <i>E-commerce</i>	20
2.1.6 Marketplace.....	21
2.1.7 <i>Online Shop</i>	21
2.1.7.1 Pengertian <i>Online Shop</i>	21
2.1.7.2 Sejarah dan Perkembangan <i>Online Shop</i>	22
2.1.7.3 Tingkatan Pelaku <i>Online Shop</i>	23
2.1.7.4 Kategori Produk dalam <i>Online Shop</i>	23
2.1.7.5 Etika Dalam Menjalankan <i>Online Shop</i>	25
2.1.7.6 Kelebihan dan Kelemahan <i>Online shop</i>	26
2.1.8. Biaya	27
2.1.9. Penjualan.....	28
2.1.10. Pendapatan	29
2.1.10.1 Indikator Pendapatan	29
2.1.10.2 Sumber-sumber Pendapatan	30
2.1.11. Laba.....	30
2.1.12. Wilayah Pemasaran	31
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	37

BAB III METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian	38
--------------------------------	----

3.2. Populasi dan Sampel	38
3.2.1. Populasi	38
3.2.2. Sampel	39
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	40
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	40
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data	40
3.4. Metoda Analisis Data	42
3.4.1 Uji Validitas	42
3.4.2 Uji Reliabilitas	42
3.4.3 Uji Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran UMKM di Kawasan PIK Pulogadung.....	44
4.2. Gambaran Responden Penelitian	45
4.3. Karakteristik Responden	45
4.3.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.3.2. Data Responden Berdasarkan Usia	46
4.3.3. Data Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	47
4.3.4. Data Responden Berdasarkan <i>Platform</i> Jual-beli <i>Online</i> Yang digunakan.....	48
4.4. Hasil Uji Validitas Kuesioner	49
4.4.1. Validitas Kuesioner Tentang Efisiensi Biaya	49
4.4.2. Validitas Kuesioner Tentang Pendapatan.....	49
4.4.3. Validitas Kuesioner Tentang Laba	49
4.4.4. Validitas Kuesioner Tentang Wilayah Pemasaran	50
4.5. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	50
4.6. Hasil Jawaban dari Pertanyaan Varibel-Variabel Penelitian	51
4.6.1. Variabel Biaya Pemasaran.....	51
4.6.1.1 Hipotesis Variabel Biaya Pemasaran	52
4.6.1.2. Uji Hipotesis Biaya Pemasaran.....	54
4.6.2. Variabel Pendapatan	56
4.6.2.1 Hipotesis Variabel Pendapatan	57

4.6.2.2. Uji Hipotesis Pendapatan	59
4.6.3. Variabel Laba	61
4.6.3.1 Hipotesis Variabel Laba.....	62
4.6.3.2. Uji Hipotesis Laba	63
4.6.4. Variabel Perluasan Wilayah Pemasaran	64
4.6.5 Temuan Penelitiin	65

BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN

5.1. Pembahasan.....	67
5.1.1. Pembahasan Variabel Biaya Pemasaran.....	67
5.1.2. Pembahasan Variabel Pendapatan	69
5.1.3. Pembahasan Variabel Laba	70
5.1.4. Pembahasan Variabel Wilayah Pemasaran	71

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Simpulan	74
6.2. Saran	75
6.3 Keterbatasan Penelitian.....	75
Daftar Referensi	76

Lampiran-Lampiran

DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1 Kriteria UMKM di Indonesia
- Tabel 2.2 Perbedaan antara *Digital marketing* dengan *Tradisional Marketing*
- Tabel 3.1 Populasi Pelaku UMKM Konveksi Yang Menjalankan Usaha secara *Offline* dan *Online* Minimal 2 tahun
- Tabel 3.2 Pilihan jawaban kuesioner dengan metoda nilai skala Likert
- Tabel 4.1. Efektifitas penggunaan *platform* jual-beli *online* dalam meningkatkan efisiensi biaya pemasaran.
- Tabel 4.2. Efektifitas penggunaan *platform* jual-beli *online* dalam meningkatkan pendapatan.
- Tabel 4.3. Efektifitas penggunaan *platform* jual-beli *online* dalam meningkatkan laba.
- Tabel 4.4. Efektifitas penggunaan *platform* jual-beli *online* dalam perluasan wilayah pemasaran.
- Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas
- Tabel 4.6. Rata2 hitung variabel biaya pemasaran sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Tabel 4.7. Rata2 hitung variabel biaya pemasaran setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Tabel 4.8. Standar deviasi biaya pemasaran sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*
- Tabel 4.9. Standar deviasi biaya pemasaran setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*
- Tabel 4.10. Rata2 hitung variabel pendapatan sebelum menggunakan *platform* jual- beli *online*
- Tabel 4.11. Rata2 hitung variabel pendapatan setelah menggunakan *platform* jual- beli *online*.
- Tabel 4.12. Standar deviasi pendapatan sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*

Tabel 4.13. Standar deviasi pendapatan setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.

Tabel 4.14. Rata2 hitung variabel laba ssebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.

Tabel 4.15. Rata2 hitung variabel laba setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.

Tabel 4.16. Standar deviasi laba sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.

Tabel 4.17. Standar deviasi laba setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.

Tabel 5.1. Perbedaan antara *Digital marketing* dengan Tradisional *Marketing*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual perbedaan biaya pemasaran, pendapatan, laba dan luas wilayah pemasaran antara sebelum dan setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.

DAFTAR GRAFIK

- Grafik 4.1. Merupakan data jumlah pelaku usaha UMKM konveksi berdasarkan jenis kelamin
- Grafik 4.2. Merupakan grafik yang menunjukkan data jumlah pelaku usaha berdasarkan usia.
- Grafik 4.3. Merupakan grafik yang menunjukkan data jumlah pelaku usaha berdasarkan jenjang pendidikan.
- Grafik 4.4. Merupakan grafik yang menunjukkan data jumlah pelaku usaha yang menggunakan *platform* jual-beli *online*
- Grafik 4.5. Biaya pemasaran per bulan sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.6. Biaya pemasaran per bulan setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.7. Pendapatan per bulan sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.8. Pendapatan per bulan setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.9. Laba per bulan sebelum menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.10. Laba per bulan setelah menggunakan *platform* jual-beli *online*.
- Grafik 4.11. Grafik Efektifitas *platform* jual-beli *online* terhadap perluasan wilayah pemasaran.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Permohonan Ijin Riset Dari STEI
- Lampiran 2. Surat Ijin Riset Dari Kepala Kantor UPKPP UMKM Pulogadung-Jakarta Timur.
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Tabulasi Jawaban Kuesioner
- Lampiran 5. Hasil Olah Data Uji Validitas Dan Reliabilitas
 - Lampiran 5.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Biaya
 - Lampiran 5.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pendapatan
 - Lampiran 5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Laba
 - Lampiran 5.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Wilayah Pemasaran