



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP VOLUME PENJUALAN INDUSTRI HASIL RUMAHAN**

(Studi Pada Pelaku Industri Tas di Tanggulangin Sidoarjo)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Mirzatul Ummah

NPM.21801081079

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG
TAHUN 2022**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh digital marketing dan desain produk terhadap volume penjualan industri rumahan tas di tanggulangin kota sidoarjo. Populasi yang digunakan yaitu pengrajin tas kludan tanggulangin sidoarjo dengan jumlah sebanyak 169 responden. Sedangkan sampel yang digunakan berjumlah sebanyak 63 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2). Melalui penelitian ini dapat dihasilkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Secara simultan, digital marketing dan desain produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan industri rumahan tas di tanggulangin kota sidoarjo

Kata Kunci : Digital Marketing, Desain Produk, Volume Penjualan



ABSTRACT

This study goals to know and analyse the effect of digital marketing and product desain to volume selling in home industry bag at tanggulangin, sidoarjo city. This population used all craftman bag kludan at tanggulangin, sidoarjo city with total 169 respondent. Meanwhile, all sample used 63 respondent. In study used analysis such as instrument test, classic assumption test, analysis multiple regression test, hypothesis test, and determination coefficient test (R^2). Through this study it can be conclude that digital marketing has a positive effect and significant to volume selling, and product desain has a positive effect and significant to volume selling. Meanwhile this result was simultaneously that digital marketing and product desain has a positive effect and significant to volume selling in home industry bag at tanggulangin, sidoarjo city.

Keywords : digital marketing, product desain, volume selling.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *digital marketing* saat ini berkembang pesat, hal tersebut berpengaruh dalam kehidupan dimasyarakat, sehingga kebutuhan hidup masyarakat mudah didapat dengan teknologi dan internet. Oleh karena itu pengusaha atau UKM di Indonesia saat ini dituntut melakukan inovasi serta strategi pemasaran yang baru agar tetap menarik konsumen. *Digital marketing* sendiri merupakan upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran, penjualan dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan internet yang beragam strategi dan media digital dengan tujuan yaitu pelaku usaha bisa tetap berhubungan dengan konsumen melalui saluran komunikasi online (Chakti, 2019).

Pemanfaatan internet sebagai sumber komunikasi dan kebutuhan lainnya. Saat ini juga di dukung dengan banyaknya media *sosial* dan *marketplace* yang memberikan potongan harga, tampilan–tampilan yang menarik, serta membantu para produsen memperkenalkan produknya didalam media sosial maupun *marketplace*, sekaligus mempermudah pembeli mengakses produk yang di cari. Beberapa jenis marketplace sangat membantu dalam penjualan di era *digital marketing* saat ini. Berdasarkan survey di Tanggulangin, memiliki ciri khas sebagai pengerajin tas serta mayoritas penghasilan penduduk dari industri kerajinan yang mengalami penurunan drastis apalagi dengan adanya pandemi covid-19. Maka dari itu *Digital marketing* diharapkan sebagai jalan keluar untuk kenaikan volume

penjualan industri Tanggulangin yang awalnya hanya diperjualbelikan di ruko, sekarang memiliki beberapa akun media sosial dan marketplace, sehingga dengan adanya Digital marketing strategi untuk meningkatkan volume penjualan dengan desain produk yang dimiliki mempunyai daya tarik tersendiri.

Desain produk merupakan suatu rancangan yang harus diperhitungkan oleh penjual untuk merangsang minat beli seseorang bahkan berujung pada keputusan pembelian menjadikan suatu produk berkarakter. Menurut Suharno dan Sutarso dalam Siadari (2018) Desain produk adalah karakteristik produk yang mengakibatkan produk mudah menarik, kuat, mudah dibawa, disimpan dan sebagainya. Volume penjualan merupakan jumlah dari hasil unit yang terjual oleh pelaku usaha dibagi dengan usaha selama periode waktu tertentu dalam laporan keuangan. Terdapat beberapa kegunaan volume penjualan bagi pelaku usaha yakni meliputi dapat membantu mengevaluasi apakah usaha yang dijalankan berkembang atau berkontraksi, membantu pelaku usaha dalam memilih lokasi terbaik untuk titik penjualan sebagai pangsa pasaran dan juga target penjualan.

Hal ini juga berlaku pada UMKM yang dirintis oleh masyarakat Kludan Tanggulangin Sidoarjo, mengingat industri yang dijalankan merupakan industri yang bergerak di kebutuhan tambahan bukan kebutuhan pokok maka kendala utama yang dihadapi bukan hanya sekedar dalam sektor karena di batasi interaksi sosial pada masa pandemi melainkan juga pada kondisi di mana pemikiran dan gaya hidup masyarakat yang lebih mementingkan kebutuhan hidup dan kesehatannya, sehingga di perlukan

strategi pemasaran yang dapat memperluas jangkauan area pangsa pasarnya untuk mengetahui target pemasaran yang akan dituju. Oleh karena itu pemanfaat *digital marketing* secara maksimal dapat membantu pergerakan pangsa pasar secara luas dan cepat.

Hal ini didukung oleh beberapa pernyataan peneliti terdahulu seperti Pradiani (2017) yang menyatakan bahwa *Digital marketing* dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan. Berdasarkan fenomena yang terjadi dan di dukung oleh teori serta di perkuat oleh penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya pemasaran *digital marketing* terhadap volume penjualan industri rumahan khususnya dalam menghadapi perkembangan di era digital saat ini berpengaruh pada penjualan. Oleh sebab itu penelitian ini berjudul **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN INDUSTRI HASIL RUMAHAN”**

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah *Digital marketing* dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan industri rumahan tas di Tanggulangin Sidoarjo?
- b. Apakah *Digital marketing* berpengaruh terhadap volume penjualan industri rumahan tas di Tanggulangin Sidoarjo?
- c. Apakah desain produk berpengaruh terhadap volume penjualan industri rumahan tas di Tanggulangin Sidoarjo?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Digital marketing* dan desain produk secara simultan terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Digital marketing* terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku usaha untuk digunakan sebagai bahan pendukung dan evaluasi dalam pengambilan kebijakan bagi usahanya yang akan berpengaruh terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo dengan pemanfaatan *Digital marketing* dan desain produk.
- 2) Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang penggunaan *Digital marketing* dan desain produk terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- 3) Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas tentang *Digital marketing*, desain produk dan volume penjualan industri rumahan di Tas di Tanggulangin Sidoarjo.

b. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pemanfaatan *Digital marketing* terhadap volume penjualan industri rumahan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini tentang Pengaruh Digital Marketing dan Desain Produk terhadap Volume Penjualan Tas di Tanggulangin Sidoarjo, Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Digital Marketing dan Desain Produk berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- b. Digital Marketing berpengaruh dan positif terhadap Volume Penjualan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- c. Desain Produk berpengaruh dan positif terhadap Volume Penjualan Tas di Tanggulangin Sidoarjo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

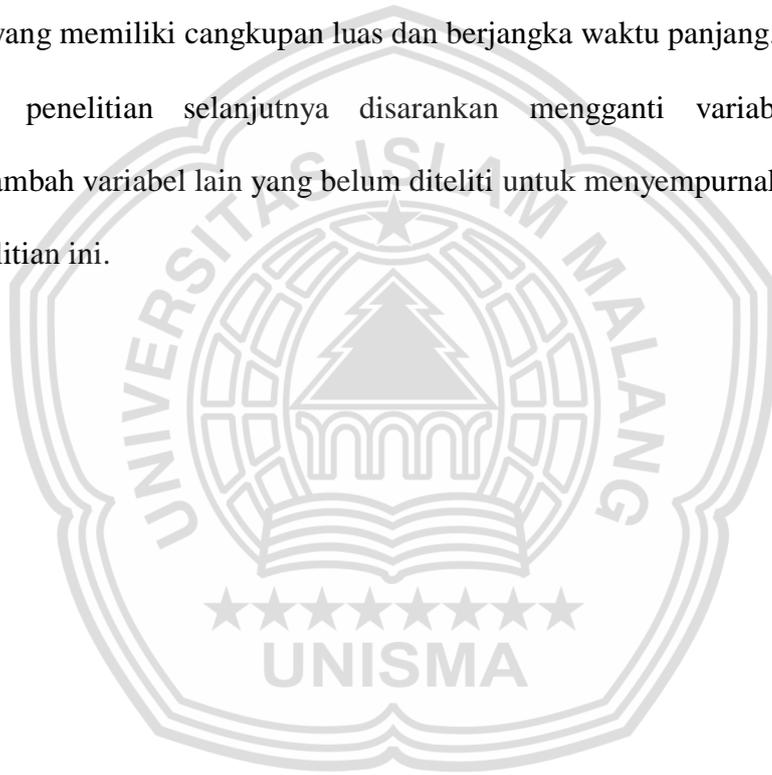
Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dapat dilakukan pada penjualan Tas di Tanggulangin Sidoarjo sehingga belum mampu dijadikan pengambilan keputusan secara universal dan berjangka waktu panjang.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas (independen) yaitu Digital Marketing dan Desain Produk serta variabel terikat (dependen) yaitu Volume Penjualan Industri Hasil Rumahan

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki agar penelitian yang berikutnya menjadi lebih baik dari penelitian ini. Saran yang bisa dipertimbangkan untuk penelitian yang selanjutnya adalah:

- a. Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek penelitian lain yang memiliki cakupan luas dan berjangka waktu panjang.
- b. Pada penelitian selanjutnya disarankan mengganti variabel atau menambah variabel lain yang belum diteliti untuk menyempurnakan hasil penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Absari, N. (2020). The Effectiveness of Technology , Pedagogy and Content Knowledge (Tpack) in Learning. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 26(1), 43–51.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, Menik. 2021. Analisis *Digital marketing* Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary (VIS) UNDIKMA*
- Ashraf, B. N. 2020. *Stock markets' reaction to COVID-19: Cases or fatalities?.* *Journal Research in International Business and Finance*. Universitas Jiangxi
- Chaffey, Dave & Ellis, Chadwick. 2016. *Digital marketing, Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Chakti, A. G. 2019. *The Book of Digital marketing*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jannati, N., Rusdi, M., & Melis, M. 2021. Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Industri Rumahan Kemplang Di Wilayah Jakabaring Palembang). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*.
- Kakanwil DJKN Kalimantan Barat. 2021. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. *Artikel DJKN*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Kurniadi, Firmansyah. 2010. Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Sejati di Sragen. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Kurniadi, Hary. 2010. *Strategi Pembelajaran Inquiri Sosial*. Tersedia di <http://www.papantulisku.com/>. Diakses pada tanggal 06 Desember 2021
- Longenecker, Justin, Carlos W Moore, J William Petty. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta. Salemba Empat.

- Marketer. (2017). Digital Ad Spending in Select Countries in Southeast Asia 2016-2021 di [http:// www.emarketer.com/adspendtool](http://www.emarketer.com/adspendtool)
- Maucash. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Sektor UKM di Indonesia. *Artikel Jakarta*
- Pangestika, Nadia. 2018. Studi Aplikatif Peningkatan Penjualan Menu Kategori Puzzle dan Plowhorse Melalui Suggestive Selling.
- Pradana, Ade Nina. 2021. Pengaruh *Digital marketing* Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Ayam Geprek Nyam Nyam Mojosari. *Universitas Islam Majapahit*.
- Pradiani, Teresia. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*.
- Rosana. 2020. Virus Corona, Pembatalan Pesanan Hotel di Bali Mencapai Rp 1 T. *Berita Tempo*. Jakarta.
- Sucahyo, Febriawan. 2014. Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga Sport Smart Fik Uny. *Universitas Negeri Yogyakarta*
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra. 2012. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Susanto, Edo Pratama. 2021. Pengaruh sistem pemasaran *digital marketing* terhadap peningkatan volume penjualan industri rumahan menggunakan WebQual. *Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Undang – undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang kriteria
- Widharta, Willy Pratama dan Sugiono Sugiharto. 2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2 No. 1 Hal 1-15. Surabaya.