STRATEGI UMKM MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA MASA PANDEMI COVID-19. (STUDI KASUS PELAKU USAHA UMKM DI KECAMATAN PEMATANG SIDAMANIK KABUPATEN SIMALUNGUN)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Sidang Meja Hijau
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA	**: DINDA LESTARI WARUHU**
NPM	**: 71180311017**
PROGRAM PENDIDIKAN	**: STRATA SATU (S1)**
PROGRAM STUDI	**: EKONOMI PEMBANGUNAN**
KONSENTRASI	**: REGIONAL**

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI

MEDAN

2022

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun)

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA	: DINDA LESTARI WARUHU
N P M	: 71180311017
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: EKONOMI PEMBANGUNAN
KONSENTRASI	: EKONOMI REGIONAL

DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I

dll 7/3/22

H. Edi Sofian.,S.E., M.Si

Pembimbing II

acc 7/3-2021

Azhar Apriandi.,S.E.,M.M

Ketua Program studi FE UISU Medan

Zulkifli Siregar.,S.E.,M.Si

Tanggal Seminar Proposal : 02 Desember 2021

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI

MEDAN

2021

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun)

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA	: DINDA LESTARI WARUHU
N P M	: 71180311017
PROGRAM PENDIDIKAN	: STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI	: EKONOMI PEMBANGUNAN
KONSENTRASI	: EKONOMI REGIONAL

DISETUJUI OLEH :

Pembimbing I

dll 7/3/22

H. Edi Sofian.,S.E., M.Si

Pembimbing II

acc 7/3-2021

Azhar Apriandi.,S.E.,M.M

Ketua Program studi FE UISU Medan

Zulkifli Siregar.,S.E.,M.Si

Tanggal Seminar Proposal : 02 Desember 2021

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI

MEDAN

2021

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah Swt serta sholawat dan salam kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul *Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun).* Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata 1(S1) di fakultas ekonomi jurusan ekonomi pembangunan Universitas Islam Sumatera Utara(UISU) Medan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa di dalam penulisan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan atau masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki, oleh karena itu untuk kesempurnaan proposal skripsi ini penulis mengharapkan saran dan kritik dan juga perbaikan dari pembaca yang sifatnya konstruktif.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini, terutama kedua orang tua penulis yang tercinta yang selama ini telah mendoakan dan berjasa mendidik penulis dari kecil hingga dewasa hingga dewasa serta doa restu nya hingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini , semoga Allah Swt melimpah kan rahmat dan karunia nya. Aminn.

Dan tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Teristimewah ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yakni ibu (Sudarma wati), abang (Sandika Waruhu, Wendiansyah Waruhu), serta adik(Panca Pranata Waruhu, Rey Syahputra Waruhu) atas bantuan doa baik berupa moral maupun material dan menjadi motivasi bagi penulis, semoga doa yang dipanjatkan kepada penulis dapat dibalas dengan kebaikan di dunia maupun di akhirat oleh Allah Swt.
2. Bapak Dr. Drs. Yanhar Jamaluddin, MAP. Selaku Rektor Unversitas Islam Sumatera Utara Medan yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengenyam pendidikan tinggi di UISU.
3. IBU Dr. Hj. Safrida, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Zulkifli Siregar., S.E,. M.Si. Selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
5. Bapak H. Edi Sofian.,S.E., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing I juga sekaligus ketua prodi Ekonomi Pembangunan. Yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan juga mengarahkan penulis sehingga terselesaikannya proposal skripsi.
6. Bapak Azhar Apriandi.,S.E.,M.M, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan yang bermanfaat kepada penulis hingga selesainya skripsi.
7. Buat seluruh Dosen dan para staff yang bekerja di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan ini.
8. Sahabat-sahabat tersayang, Melda Agustina br Sihaloho, Deliana Mayang Depari, Musdalifah Putri yang selama ini senantiasa mendukung dan memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada diri penulis sendiri yang mau dan mampu berusaha sekuat yang penulis bisa, tidak menyerah walau banyak godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena sudah mau untuk tetap kuat.

Akhir kata penulis ucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada bapak/ibu Dosen dan semua Rekan-rekan atas segala kesilapan yang diperbuat oleh penulis baik sengaja maupun tidak sengaja selama ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, November 2021

Penulis

Dinda Lestari Waruhu

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **X**

DAFTAR TABEL ..... **Xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **Xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 4

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah 5

1.4 Tujuan Penelitian 5

1.5 Manfaat Penelitian 6

BAB II LANDASAN TEORI **7**

2.1 Uraian Teoritis 7

2.2 Penelitian Terdahulu 23

2.3 Kerangka Konseptual 25

2.4 Hipotesis 26

BAB III METODE PENELITIAN **27**

3.1 Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian 27

3.2 Populasi dan Sampel 30

3.3 Operasional Variabel 31

3.4 Teknik Pengumpulan Data..... 33

3.5 Teknik Analisis Data..... 35

BAB IV GAMBAR UMUM 37

4.1 Sejarah Singkat Dinas Koperasi dan UMK Pematang Sidamanik..... 37

4.2 Struktur Organisasi 37

4.3 Uraian Tugas dan Fungsi 38

4.4 Uraian Singkat Tentang Variabel yang Diteliti 40

BAB V ANALISIS DAN EVALUASI 41

5.1 Analisis Data..... 41

5.2 Evaluasi Data 50

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 71

6.1 Kesimpulan 71

6.2 Saran 72

DAFTAR PUSTAKA..... 74

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria UMKM Berdasarkan Aset dan Omset 10

Tabel 2. Kriteria UMKM Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja 11

Tabel 3. Perkembanngan UKM di Indonesia 11

Tabel 4. Istilah Sosial saat Pandemi 19

Tabel 5. Penelitian Terdahulu 26

Tabel 3.1 Domisili Pelaku Usaha 30

Tabel 3.2 Usia Para Pelaku Usaha 31

Tabel 5.1 Statistik Deskriptif 45

Tabel 5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana 46

Tabel 5.3 Uji Asumsi Klasik 47

Tabel 5.4 Uji Hipotesis 51

Tabel 5.10 Distribusi Responden Berdasarkan Umur Tahun 2021 54

Tabel 5.11 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Tahun 2021 56

Tabel 5.12 Distibusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57

Tabel 5.13 Penurunan Omset Penjualan 58

Tabel 3.12 Uji Koefisien Determinasi 49

Tabel 5.14 Analisis Perilaku Saat Pandemi 64

Tabel 5.15 Sikap Pembelian Konsumen Saat Pandemi 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kondisi Pandemi di Indonesia 13

Gambar 2. Peta sebaran Pandemi dan Kebijakan PSBB di Sumatera Utara 16

Gambar 3. Desain Deskripsi Alur Penelitian 22

Gambar.4 Kerangka Konseptual 26

Gambar.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 51

Gambar.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 52

Gambar.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53

Gambar.8 Perbandingan Sebelum dan Saat Pandemi 55

Gambar.9 Asumsi Penyebab Penurunan Omset 56

Gambar.10 Kondisi Pengolahan Usaha 57

Gambar.11 Rencana/Strategi Wirausaha Setelah Pandemi 58

Gambar.12 Strategi Pemasaran Saat Pandemi 59

Gambar.13 Keyakinan Bisnis Saat Pandemi 60

Gambar.14 Harapan Pada Saat Sekarang 61

Gambar.15 Kepercayaan Untuk Wirausaha Setelah Pandemi 62

Gambar.16 Langkah Taktis Tiap Jenis Usaha Oleh UMKM 63

DAFTAR PUSTAKA

A. M., Dumar (2009). Swine Flu: What You Need to Know. Wildside Press LLC. hlm. 7.

Coronavirus confirmed as pandemic. BBC News (dalam bahasa Inggris). 2020-03-11. Diakses tanggal 2020-03-11.

Despite no recorded cases, Bali tourism still catches cold from COVID-19 outbreak. *The Jakarta Post* (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2020-03-15.

Jokowi Umumkan Dua WNI Positif Corona di Indonesia. CNN Indonesia. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2020- 03-19. Diakses tanggal 2 Maret 2020.

Kronologi Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi Enam". tirto.id. Diarsipkan dari versi asli tanggal 2020- 03-19. Diakses tanggal 2020-03-09. Kesalahan pengutipan: Tanda tidak sah; nama ":1" didefinisikan berulang dengan isi berbeda.

Warga Depok Terjangkit COVID-19, Masker dan Sanitizer Ludes. Gatra.com. Diakses tanggal 2020-03-15.

Junaidi, J., Hutagalung, D., Saragih, R., & Merry, M. (2020). Optimalisasi Saluran Distribusi dalam Pemasaran Jamur Tiram di UMKM Kabupaten Simalungun. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 199-209.

Ramadhani, F., & Arifin, Y. (2013). Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *Economics Development Analysis Journal*,

2(2).https://doi.org/10.15294/edaj.v2i2.1401https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.125

Pasaribu, Rotumiar (2020). *Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran UMKM di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Komunikasi dan Media, Vol. 01 No. 01, November 2020 :33-34 https://doi.org/10.24167/jkm.v1i1.2848

Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). *Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding* . Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara, 3(2), 204-214. https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13727

Langoday, T. O., & Sadipun, M. M. (2016). Kajian Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Kupang. Jurnal Inovasi Kebijakan, 1(1), 53–62. Diambil dari https://jurnalinovkebijakan.com/index.php/JIK/article/view/4

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DINDA LESTARI WARUHU

Npm : 71180311017

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister dan atau Doktor baik di UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA MEDAN maupun perguruan tinggi lainnya)

2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.

3. Dalam karya tulisan ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apa bila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Medan. 17 Maret 2022

Dinda Lestari Waruhu

71180311017

RIWAYAT HIDUP

DINDA LESTARI WARUHU, Lahir di AFD.D.Sidamanik pada tanggal 23 Februari 2000. Anak ketiga (tunggal putri) dari pasangan Bapak Roma Waruhu dan Ibu Sudarmawati. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SDN 095180 Baharen Kampung Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun pada tahun 2011. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP/MTs Swasta Darma Pertiwi Kebun sayur Kecamatan Sidamanik Kabupaten Simalungun dan lulus pada tahun 2014 kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Swasta Dharma Budi Sidamanik Kecamatan Sidamanik Kabupaten Simalungun pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2018 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi Swasta, tepatnya di Universitas Islam Sumatera Utara Medan (UISU) Fakultas Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Peneliti menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2022.

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Jalan Sisingamangaraja - Teladan Medan - 20217
Telp. (061) 7869880 - Fax. (061) 7869880

Bila membalas surat ini, harap menyebutkan Tanggal dan Nomor Surat kami

Cable Addres
FEKON UISU MEDAN

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
Nomor : 636 Tahun 2021
Tentang
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

BISMILLAHIRRAHMAANIRRAHIIM

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara, setelah :

Menimbang :
1. Bahwa penyusunan skripsi merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi UISU Medan.
2. Bahwa demi kelancaran penyusunan skripsi tersebut perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Skripsi.
3. Bahwa demi legalitas dimaksud pada butir 2, maka perlu diterbitkan Surat Keputusan.

Mengingat :
1. Undang-Undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan.
4. *Peraturan Pemerintah RI Nomor 49 Tahun 2014 Tentang Standar Nasional Pendidikan* Tinggi.
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelanggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
6. Keputusan Nomor : 045/U/2000 Tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
7. Keputusan Mendiknas RI Nomor : 232/U/2000 Tentang Pedoman Penyusunan Kurikulum Nasional Pendidikan.
8. Surat Keputusan Dirjen Dikti Nomor : 163/Dikti/Kep./2007, Tentang Penataan dan Kodefikasi Program Studi pada Perguruan Tinggi.
9. Statuta Universitas Islam Sumatera Utara Tahun 2016.
10. Surat Keputusan Rektor UISU Nomor : 355 Tahun 2019 Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi (Dr. Safrida, S.E., M.Si.) masa bakti 2019-2023
11. SK.BAN-PT Nomor : 2152/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2016, menyatakan bahwa Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan, UISU Medan terakreditasi dengan peringkat B.

Memperhatikan : Surat Usulan dari Ketua Program Studi **Ekonomi Pembangunan** tentang Dosen Pembimbing Skripsi atas nama mahasiswa yang bernama : **Dinda Lestari Waruhu**
Stb/NPM : **18.311017/ 71180311017** Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Skripsi : *Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM di Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun)*

Memutuskan :

Menetapkan :

Pertama : Mengangkat Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut terdiri dari :
- **H. Edi Sopian, S.E., M.Si. sebagai Dosen Pembimbing I**
- **Azhar Apriandi, S.E., M.M. sebagai Dosen Pembimbing II**

Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sampai dengan selesainya masa studi mahasiswa yang bersangkutan dan sesuai dengan Peraturan Akademik yang berlaku di Fakultas Ekonomi UISU Medan.

Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan di kemudian hari akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 22 Rabi'ul Awal 1443 H
29 Oktober 2021 M

Dekan,

Dr. Safrida, S.E., M.Si.

Tembusan : Yth disampaikan kepada :
1. Yth. *Ketua Program Studi.*
2. Yth. Dosen Pembimbing I dan II
3. Yth. Mahasiswa Yang Bersangkutan
4. Pertinggal

KEGIATAN BIMBINGAN USULAN PENELITIAN DAN PENULISAN PROPOSAL SKRIPSI

No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan
1	23/11-2021	- Cover diperbaiki - Daftar isi diperbaiki - Daftar tabel diperbaiki - Bab III diperbaiki - Analisa data diperbaiki - Pantesan aspek	Dahma Apriani SE, MPd	

KEGIATAN BIMBINGAN PENELITIAN DAN PENULISAN SKRIPSI

No	Hari/ Tanggal	Judul Kegiatan	Pembimbing	
			Nama	T. Tangan
1	8/3-2022	- latar belakang masalah ditambah - Belum ada rumusan permasalahan masalah - Rumusan masalah diubah - lengkapi konseptual diubah	[illegible] [illegible]	[illegible]

PERBAIKAN SKRIPSI
UJIAN SIDANG MEJA HIJAU

No	Hal-Hal Yang Diperbaiki	T.Tangan Penguji
1	- Abstrak diperbaiki di kata 1.5 spasi tanpa ada paragraf - Kesimpulan	
2.	- Batasan masalah - Rumusan masalah - Kerangka konseptual diperbaiki bagaimana dinaikkan ke atas. - Penulisan diperbaiki UMK → UMKM - Penulisan diperbaiki	

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Jalan Sisingamangaraja – Teladan Medan - 20217
Telp. (061) 7864644 – Fax. (061) 7869880
Bila membalas surat ini, harap menyebutkan Tanggal dan Nomor Surat kami
Cable Addres FEKON UISU MEDAN

02 Jumadil Awwal 1443 H
06 Desember 2021 M

Nomor : 4726/E/B.10/XII/2021
Hal : Permohonan Riset

Kepada Yth, Pimpinan
Cafe Saabas Kecamatan Pematang Sidamanik Kab Simalungun.
Di-
Tempat

Dengan Hormat,

Dengan ini kami harapkan kesediaan bapak/ibu memberikan bantuan kepada Mahasiswa/i kami :

Nama	: Dinda Lestari Waruhu.
NPM	:71180311017.
Semester	:VII (Tujuh).
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan.
Alamat	: Kecamatan Pematang Sidamanik.

Untuk dapat kiranya mengadakan Riset pada : **Cafe Saabas Kecamatan Pematang Sidamanik Kab Simalungun.**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi Mahasiswa tersebut dengan judul : **Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun)**

Demikian harapkan kami, semoga dapat Bapak/Ibu perkenankan dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasi

Dekan

Dr. Safrida, S.E., M.Si.

Tembusan :

1. Kepada Yth, Rektor UISU
2. Kepada Yth, Pimpinan Cafe Saabas Kecamatan Pematang Sidamanik Kab. Simalungun
3. Kepada Yth, **Dinda Lestari Waruhu.**
4. Arsip

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rey Syahputra Waruhu

Jabatan : Owner

Unit Kerja : Dameda Coffee

Dengan ini menyatakan bahwa saya bersedia menjadi penanggung jawab atas pelaksanaan Penelitian baik dalam hal seleksi data yang dibutuhkan ataupun segala bentuk kegiatan pelaksanaan Penelitian secara daring yang akan dilaksanakan oleh :

Nama : Dinda Lestari Waruhu

NPM : 71180311017

No. Handphone : 0857-6206-3351

Judul Penelitian : **Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun)**

Asal Universitas : Universitas Islam Sumatera Utara Medan

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sidamanik, 15 Juli 2021

Pemohon

Dinda Lestari Waruhu

Penanggung Jawab

Rey Syahputra Waruhu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rey Syahputra

Jabatan : Owner Dameda Coffee

Alamat : Kecamatan Pematang Sidamanik Kab Simalungun

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Dinda Lestari Waruhu

NPM : 71180311017

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Universitas : Universitas Islam Sumatera Utara Medan

Telah selesai melakukan penelitian di Dameda Coffee Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun, terhitung mulai tanggal 15 Juli s/d 13 Agustus 2021 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **Strategi UMKM Meningkatkan Pendapatan pada Masa Pandemi Covid-19. (Studi Kasus Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pematang Sidamanik, Kabupaten Simalungun).**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Sidamanik, 06 Desember 2021

Owner Dameda Coffee

REY SYAHPUTRA WARUHU

LAMPIRAN I :

KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN :

Saya meminta bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/I agar meluangkan sedikit waktu untuk memberikan jawaban mengenai kuesioner yan terkait dengan strategi UMKM di masa Pandemi guna meningkatkan pendapatanpad UMKM yang dimiliki oleh Bapak/Ibu/Saudara/I di Kecamatan Pematang Sidamanik.

Kuesioner ini dibuat dalam rangka kepentingan akademis dan kerahasiaan identitas Bapa/Ibu/Saudara/I dalam membantu menjawab kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimaksih.

Pada kuesioner ini, yang dimaksud adalah strategi apa saja yang dilakukan oleh para pelaku UMKM guna meningkatkan pendapatan di masa pandemi.

IDENTITAS RESPONDEN :

Nama :

Nama usaha :

Jenis Kelamin : ( ) Perempuan ( ) Laki-laki

Usia :

Jenjang Pendidikan :

Petunjuk Pengisian :

untuk pernyataan berikut ini berilah tanda (O) pada pilihan jawaban yang anda anggap sesuai dan berikan penjelasan mengapa anda memilih jawaban tersebut.

pernyataan

No	Manfaat Marketing Digital yang dirasakan	Ya	Tidak
1.	Marketing Digital membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan konsumen		
	Penjelasan:		
2.	Marketing Digital membantu meningkatkan loyalitas terhadap usaha yang saya miliki.	Ya	Tidak

	Penjelasan:		
3.	Marketing Digital membantu saya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen	Ya	Tidak
	Penjelasan:		
4.	Marketing Digital mempermudah akses ke pasar internasional Penjelasa:	Ya	Tidak
5.	Marketing Digital membantu saya untuk memperluas jangkauan bisnis Penjelasan:	Ya	Tidak
6.	Marketing Digital membantu saya untuk mengurangi biaya promosi. Penjelasan:	Ya	Tidak
7.	Marketing Digital membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan supplier. Penjelasan:	Ya	Tidak
8.	Marketing Digital membantu saya untuk mengurangi biaya melalui pembelian berbasis internet. Penjelasan:	Ya	Tidak
9.	Marketing Digital membuat usaha saya memiliki posisi yang kuat dalam persaingan. Penjelasan:	Ya	Tidak
10.	Marketing Digital mampu untuk menarik investor untuk berinvestasi ke bisnis yang saya miliki. Penjelasan:	A	Tidak
Kapabilitas Teknologi			
1.	Saya memiliki strategi yang berikaitan dengan Marketing Digital pada usaha saya. Penjelasan:	Ya	Tidak

2.	Adanya komputerisasi data konsumen pada usaha saya. Penjelasan:	Ya	Tidak
3.	Adanya komputerisasi data supplier pada usaha saya. Penelasan:	Ya	Tidak
4.	Adanya data komputerisasi data mengenai persediaan produk pada usaha saya. Penjelasan:	Ya	Tidak
5.	Saya memiliki E-mail khusus untuk mengelola usaha. Penjelasan:	Ya	Tidak
6.	Adanya akses internet melalui dial-up line, (menggunakan line telepon tertentu/telepon genggam sebagai modem/modem USB). Nama Provider Internet: Penjelasan:	Ya	Tidak
7.	Adanya akses internet melalui leased line. (menggunakan layanan perusahaan penyedia jasa internet) Nama Provider Internet: Penjelasan:	Ya	Tidak
8.	Saya melakukan marketing digital dengan dibantu tenaga ahli.(Jika Ya berikan penjelasan mengenai identitas atau keahlian tenaga ahli) Penjelasan:	Ya	Tidak
Tingkat Penggunaan Marketing Digital			
1.	Saya menggunakan website yang menjelaskan tentang produk usaha saya. Nama website: Penjelasan:	Ya	Tidak
2.	Saya memberikan layanan yang membuat konsumen dapat melakukan pemesanan melalui internet. Penjelasan:	Ya	Tidak

3.	Saya memberikan layanan pembayaran dengan menggunakan credit card melalui internet. Penjelasan:	Ya	Tidak
4.	Saya menyediakan layanan customer service di internet. Penjelasan:	Ya	Tidak
5.	Saya melakukan pemasaran bhaan baku kepada supplier melalui internet. Penjelasan:	Ya	Tidak
6.	Saya melakukan pembayaran kepada supplier melalui internet. Penjelasan:	Ya	Tidak

-TERIMA KASIH-

LAMPIRAN 2

Tabulasi Data kepada 10 Responden pengguna Marketing Digital Pelaku Usaha Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun.

Manfaat Strategi Marketing Digital yang dirasakan

No	Nama/Umur/ Nama Usaha	Pernyataan		
		Pernyataan 1 Marketing Digital membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan konsumen.	**Pernyataan 2** Marketing Digital membantu meningkatkan loyalitas terhadap usaha yang saya miliki..	**Pernyataan 3** Marketing Digital membantu saya untuk memmberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen.
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Ya, karena mempermudah untuk pembeli memesan dan kami lebih mudah memberikan informasi tentang produk.	Ya, menginformasikan tentang promo produk, event, dan memberikan perhatian ke konsumen.	Ya, lebih mudah untuk berkomunikasi dan memberikan respon yang cepat.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Ya dengan Marketing Digital konsumen bisa lihat produk saya tanpa harus ke booth.	Tidak, belum tentu kalau kita hanya bazaar to bazaar.	Ya, customer komplein lewat Marketing Digital.
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, informasi kepuasan pelanggan, orderan pelanggan.	Ya, menginformasikan event, promo dan berupa perhatian penjual kepada customer.	Ya, memberia value tambahan berupa personalize product.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Ya, karena rata-rata semua customer memesan secara online sehingga info diberikan secara online.	Ya, karena customer lebih mudah mengontak ulang kami.	Ya, karena ada kritik dan saran yang diberikan konsumen.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Ya, komunikasi lebih mudah melalui jejaring social.	Ya.	Ya, praktis untuk digunakan sehingga dapat mempermudah untuk berkomunikasi dengan konsumen.

6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Ya, konsumen bisa mendapatkan informasi untuk promo kami, begitu pun keluhan dari konsumen bisa disampaikan lewat sosmed.	Ya, karena banyak konsumen follow sosmed yang kami miliki.	Ya, disosmed konsumen dapat memberi kritik dan saran.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Ya, dalam pengenalan produk pada konsumen.	Ya, karena mengingatkan produk.	Ya, karena dengan menggunakan Marketing Digital mempermudah komunikasi dengan konsumen.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Ya, karena akses Marketing Digital semkain mudah sehingga membuat konsumen lebih mengerti tentang usaha kita.	Tidak, karena belum merasakan dampak Marketing Digital terhadap loyalitas konsumen.	Ya, karena dengan Marketing Digital, kita dapat menerima lebih banyak pendapat dari orang lain, sehingga membuat kita bisa memperbaiki diri lagi.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Ya, dapat membagikan informasi yang jelas dan efektif kepada konsumen.	Ya, dapat mengenalkan jenis produk yang baru.	Ya, karena konsumen umumnya menggunakan media social dalam pemesanan.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, membantu dala promosi, dan menjangkau customer lebih mudah (kirim foto produk tanpa mengeluarkan biaya hanya internet).	Ya, customer yang menyukai hasil produk kami akan memasukkan foto dan tag kami di instagram sehingga bisa dilihat orang sekitar customer kami.	Ya, lebih memudahkan kami untuk berkomunikasi dan mengetahui kemauan customer.
No	**Nama /Umur / Nama Usaha**	**Pernyataan**		
		Pernyataan 4 Marketing Digital mempermudah akses ke pasar internasional.	**Pernyataan 5** Marketing Digital membantu saya untuk memperluas jangkauan bisnis.	**Pernyataan 6** Marketing Digital membantu saya untuk mengurangi biaya promosi.
1.	Agun Manik/25	Ya, karena tanpa	Ya, karena	Ya, biaya promosi

	th/Saabas Coffee	batas waktu, jarak, dan tidak memakan biaya banyak.	mempermudah dan tanpa batas waktu jarak.	untuk promosi lebih sedikit dan dapat dimanager dengan baik.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Ya, karena internet sekarang bisa terconnect tanpa batas.	Ya.	Tidak, Marketing Digital juga bayar.
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, tanpa batas waktu dan jarak, mengurangi biaya.	Ya, tanpa batas waktu dan jarak mengurangi biaya.	Ya, tanpa batas waktu dan jarak, mengurangi biaya.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Ya, karena akses internet lebih cepat dari pada tidak online.	Ya, karena mempermudah komunikasi.	Ya, karena gratis.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Ya, pernah ada pesanan dari orang Indonesia yang tinggal di Amerika, Singapura, dan Hongkong	Ya, banyak pesanan dari luar kota karena jangkauan Marketing Digital yang tidak memiliki batas.	Ya, biaya promosi dapat ditekan karena melalui Marketing Digital saja.
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Ya, tapi kami tidak menargetkan pasar tersebut.	Ya, dengan sosmed banyak konsumen dari luar kota menjadi tahu lokasi usaha kami dan berkunjung.	Ya, promosi yang mudan dan murah bisa dilakukan melalui sosmed.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Tidak, belum sejauh itu.	Ya, pasar konsumen bisa dari mana saja, tidak terbatas kenalan/teman.	Ya, karena penggunaannya relative gratis.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Ya, karena cakupan internet sangatlah luas dan mendunia.	Ya, karena semakin banyak orang yang tahu tentang usaha kita melalui Marketing Digital.	Ya, karena banyak media Marketing Digital yang dapat digunakan untuk promosi tanpa biaya.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Ya, karena jangkauan pemasaran menjadi tidak sebatas kota/Negara. Konsumen dapat memesan online dan dikirim.	Ya, karena jangkauan pemasaran menjadi tidak sebatas Kecamatan Pematang Sidamanik saja.	Ya, karena pengguna media social online cenderung gratis.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Tidak masik berfokus	Ya, produk kami	Ya, kami hanya

		menjangkau area Kecamatan Pematang Sidamanik.	dapat dilihat melalui katalog online dan dikenal menggunakan hashtag yang bisa digunakan di Instagram.	perlu share foto tanpa mengeluarkan biaya (hanya memakan kuota) sehingga customer bisa melihat produk kami secara mudah.
No	**Nama/ Umur/ Nama Usaha**	**Pernyataan**		
		Pernyataan 7 Marketing Digital membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan supplier.	**Pernyataan 8** Marketing Digital membantu saya untuk mengurangi biaya melalui pembelian berbasis internet.	**Pernyataan 9** Marketing Digital membuat usaha saya memiliki posisi yang kuat dalam persaingan.
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Ya, keterbatasan raw material	Tidak, supplier memiliki sales keliling dan tidak berbasis internet.	Tidak, karena semakin lama banyak orang menggunakan Marketing Digital untuk dagang.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Tidak, tidak valid	Tidak, belum tentu	Tidak, semua usaha pakai Marketing Digital sekarang.
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, keterbatasan raw material.	Tidak, karena supplier memiliki sales keliling.	Tidak, karena terlalu banyak pengguna, jadi tidak valid.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Ya, karena barang yang tidak ada di dalam kota, kami pesan dari luar kota.	Tidak, karena selama bahan dan peralatan tersedia di dalam kota, kami tidak order secara online.	Tidak, karena produk kami jarang yang memproduksi khususnya di Kecamatan Sidamanik.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Ya, pemesanan menjadi mudah.	Ya, pemesanan bahan dilakukan melalui pembelian basis internet sehingga sangat membantu dalam mengurangi biaya.	Tidak, karena sekarang ini sudah banyak yang bersaing menggunakan Marketing Digital.
6.	Ludiantoni Manik/48	Tidak, kontak dengan	Ya, karena	Ya, karena

	th/Lihoe Coffee	supplier masih dilakukan by phone.	pengiriman bisa diterima karena kami bekerja sama dengan Gojek.	memudahkan konsumen dalam memberi umpan balik lewat sosmed.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Ya, karena dapat mencari bahan baku yang lebih beragam dengan harga yang lebih mudah.	Ya, karena penggunaanya mudah dengan jenis yang lebih banyak (packaging).	Tidak.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Tidak, supplier bukan pengguna Marketing Digital.	Tidak, tidak merasakan dampak dari kurangnya biaya pembelian.	Tidak, mulai banyak pesaing yang juga menggunakan Marketing Digital.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Tidak, tidak menggunakan supplier online.	Tidak, tidak menggunakan supplier online.	Ya, membantu periklanan.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, kami dapat lebih mudah melihat produk-produk baru dari supplier via Marketing Digital.	Tidak, sejauh ini kami belum merasakan biaya pembelian kami lebih murah apabila berbasis internet.	Ya, dengan share foto yang menarik dan juga unik membuat produk kami lebih unggul melalui Marketing Digital.
Pernyataan				
No	**Nama/Umur/Nama Usaha**	**Pernyataan 10** Marketing Digital mampu untuk menarik investor untuk berinvestasi ke bisnis yang saya miliki.		
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Tidak, tidak banyak investor tertarik dan saya sendiri berminat untuk menjalannya dengan dengan keluarga sendiri.		
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Ya, Franchhise, karena orang dari seluruh negeri bisa melihat produk kita.		
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Tidak, tidak valid.		
4.	Dinda lestari/22	Tidak, karena belum		

	th/Dameda Coffee	membutuhkan investor.		
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Tidak, tidak berinvestasi tetapi lebih ke reseller seperti contohnya Agem Travel, rumah makan.		
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Tidak, belum ada arah kesana.		
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Tidak, belum sampai sejauh itu.		
8.	Leli/25 th/Kuliner	Tidak, karena saham tidak untuk diperjualbelikan		
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Tidak, belum sejauh itu.		
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, banyak orang yang tertarik dan join reseller produk kami.		

Kapabilitas Teknologi

No	**Nama/Umur/ Nama Usaha**	**Pernyataan**		
		Pernyataan 1	**Pernyataan 2**	**Pernyataan3**
		Saya memiliki strategi yang berkaitan dengan pengembangan Marketing Digital pada usaha saya.	Adanya komputerisasi data konsumen pada usaha saya.	Adanya komputerisasi data supplier pada usaha saya.
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Ya, lebih mempromosikan produk melalui media social.	Ya, laporan penjualan, laporan L/R.	Tidak. Tidak valid.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Tidak, masih belum ada ide pengembangan.	Tidak, belum terpikir saya input satu-satu.	Ya, untuk mencari bahan yang lebih murah sehingga gampang dicari.
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, menaikkan brand awarences melalui medsos.	Ya, laporan penjualan.	Tidak, tidak valid
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Ya, karena strategi penting.	Tidak, hanya mencatat melalui notes mengenai pesanan dan tanggalnya saja.	Tidak, karena supplier kami sedikit.

5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Ya, karena meskipun Marketing Digital mudah digunakan harus memiliki strategi yang tepat.	Ya.	Ya.
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Ya, berencana untuk membuat account LINE atau BBM khusus untuk order.	Tidak, belum membutuhkan.	Tidak, belum membutuhkan.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Tidak, belum sampai sejauh itu.	Ya, penggunaan LINE komunikasi dengan konsumen.	Ya, penggunaan LINE untuk komunikasi dengan supplier.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Ya, melakukan promosi melalui Marketing Digital.	Tidak. Belum butuh.	Tidak, belum butuh.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Ya, menggunakan transportasi online untuk pengiriman.	Ya, penggunaan LINE untuk merekap orderan.	Tidak, tidak menggunakan supplier online.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, menggunakan Instagram Ads.	Ya, kami memiliki data customer supaya apabila kami memiliki promosi kami dapat menjangkau dengan mudah.	Ya.
No	**Nama/Umur/ Nama Usaha**	**Pernyataan**		
		Pernyataan 4	**Pernyataan 5**	**Pernyataan 6**
		Adanya komputerisasi data mengenai persediaan produk pada usaha saya.	Saya memiliki e-mail khusus untuk mengelola usaha.	Adanya akses internet melalui dial-up line. (menggunakan line telepon tertentu/telepon genggam sebagai modem/modem USB)
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Tidak, tidak valid	Tidak, memakai e-mail pribadi sudah cukup.	Ya, menggunakan telkomsel karena menggunakannya untuk akses internet lebih mudah dan cepat.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Tidak, masih manual.	Tidak, Based on WA/LINE.	Ya, XL based on WA/LINE.

3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Tidak, tidak valid.	Tidak, pakai e-mail sendiri.	Ya, menggunakan XL karena akses lebih cepat dan mudah.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Tidak, karena ribet.	Ya, karena bisa menerima orderan melalui e-mail dan penawaran lainnya.	Ya, menggunakan indosat karena saat ini kebutuhan terpenuhi.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Tidak, masih menggunakan system manual.	Tidak,menggunakan e-mail pribadi karena repot jika harus mengelola 2 e-mail.	Ya, menggunakan telkomsel karena sudah terbiasa menggunakan telkomsel, selain itu jaringannya juga bagus.
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Tidak, belum membutuhkan.	Tidak, belum membutuhkan.	Ya, menggunakan telkomsel.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Tidak, belum sampai sejauh itu.	Tidak, masih menggunakan e-mail pribadi.	Ya, menggunakan XL karena digunakan untuk kepentingan telepon umum.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Ya, pencatatan stok agar mempermudah stokopnam.	Ya, agar tidak tercampur dengan e-nmail pribadi.	Ya, menggunakan 3 karena murah.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Tidak, persediaan produk di data secara manual.	Ya, untuk memudahkan akses bagi seluruh karyawan.	Ya, menggunakan 3 karena juga digunakan untuk kepentingan pribadi.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, memudahkan saya untuk cek stok, barang produksi.	Ya.	Ya, menggunakan smartfren karena memudahkan untuk berkomunikasi dengan customer tanpa tercampur urusan pribadi.

No	Nama/Umur/ Nama Usaha	Pernyataan		
		Pernyataan 7 Adanya akses internet melalui leased line. (menggunakan layanan perusahaan penyedia jasa internet).	**Pernyataan 8** Saya melakukan adopsi Marketing Digital dengan dibantu tenaga ahli.	
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Ya, menggunakan MyRepublik karena akses untuk Instagram, WA,LINE (promosi) lebih cepat.	Tidak.	
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Ya, menggunakan MyRepublik based on WA/LINE dan buat IG.	Tidak, dikelolah pribadi.	
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, menggunakan MyRepublik karena promosi lewat internet lebih mudah.	Tidak.	
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Tidak, karena jarang terpakai.	Tidak, karena saat ini belum membutuhkan.	
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Tidak, karena lebih praktis menggunakan telepon genggam.	Tidak.	
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Tidak.	Tidak.	
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Ya, menggunakan PlayMedia karena murah.	Tidak, sajuh ini masih mampu ditangani sendiri.	
8.	Leli/25 th/Kuliner	Ya, menggunakan Indihome karena memberikan penawaran menarik.	Tidak, karena bisa menggunakan Marketing Digital sendiri.	
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Ya, menggunakan Play Media karena ekonomis.	Tidak, masih mampu dikerjakan sendiri.	
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, menggunakan MyRepublik.	Tidak.	

Tingkat Adopsi Marketing Digital

No	Nama/Umur/ Nama Usaha	Pernyataan		
		Pernyataan 1 Saya menggunakan website yang menjelaskan tentang produk usaha saya.	**Pernyataan 2** Saya memberikan layanan yang membuat konsumen dapat melakukan pemesanan melalui internet.	**Pernyataan 3** Saya memberikan layanan pembayaran dengan menggunakan credit card.
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Tidak.	Ya, jika ada yang beli lewat internet kami layani.	Tidak, belum terpikirkan.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Tidak, IG aja cukup.	Ya, by WA/LINE.	Tidak, cuman makanan di bawah harga 50.000
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Tidak.	Ya, jika ada yang pesan lewat media social kami layani.	tidak, karena tidak cocok dengan usaha saya.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Tidak, jarang penduduk Indonesia melakukan transaksi via web.	Ya, melalui WA/LINE.	Tidak, karena belum ada fasilitas yang mendukung.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Tidak, sebenarnyan ingin membuatnya,tetapi menurut saya kurang praktis, maka dari itu lebih baik membuat account Instagram dan Facebook.	Ya, konsumen dapat memesan melalui BBM dan WhatsAPP.	Tidak, untuk sekarang ini hanya melayani system pembayaran transfer.
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Tidak.	Ya.	Tidak, belum membutuhkan.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Tidak, hanya menggunakan Instagram.	Ya, menggunakan Direct Massage LINE.	Tidak, belum sampai sejauh itu.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Tidak, desain website yang susah dan berbayar.	Tidak, belum ada layanan seperti itu.	Tidak, karena tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Tidak, hanya menggunakan Instagram.	Ya, Direct Massage Instagram dan chat LINE.	Tidak, hanya menggunakan system transfer.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Tidak, tapi nantinya kami akan membuat	Ya, melalui LINE dan WhatsAPP.	Tidak.

		website.		
No	**Nama/Umur/ Nama Usaha**	**Pernyataan**		
		Pernyataan 4 Saya menyediakan layanan customer service di internet	**Pernyataan 5** Saya melakukan pemesanan bahan baku kepada supplier melalui internet.	**Pertanyaan 6** Saya melakukan pembayaran kepada supplier melalui internet.
1.	Agun Manik/25 th/Saabas Coffee	Ya, lebih mempermudah untuk mempromosikan produk saya.	Tidak, karena supplier saya tidak online.	Tidak, karena supplier saya tidak online.
2.	Mei/34 th/Kompi Coffee	Ya, by WA/Phone.	Tidak, by Phone.	Tidak, Cash on Delivary/Transfer.
3.	Titok/ 29 th/Café 7170	Ya, promosi produk lebih mudah.	Tidak, supplier tidak online.	Tidak, supplier tidak online.
4.	Dinda lestari/22 th/Dameda Coffee	Ya, menggunakan LINE dan WA.	Tidak, karena bisa dijangkau secara personal.	Tidak, karena melakukuan transaksi secara langsung.
5.	Lolo Roha/34 th/kuliner	Ya, pelayanan konsumen melalui Whatsapp dan BBM.	Ya, pemesanan bahan baku menggunakan WhatsAPP tetapi masih ada yang harus ketempatnya.	Ya, melalui i-mbanking
6.	Ludiantoni Manik/48 th/Lihoe Coffee	Ya, lewat comment di akun sosmed kami.	Tidak, by Phone.	Tidak.
7.	Wiwit/29 th/Kuliner	Ya, menggunakan Instagram.	Tidak, hanya sebatas packaging, bukan bahan baku.	Tidak.
8.	Leli/25 th/Kuliner	Tidak, karena tidak sesuai dengan produk yang di jual.	Tidak, supplier tidak online.	Tidak, supplier tidak online.
9.	Iqbal Maulana/21 th/Kuliner	Ya, Direct Massage Instagram dan chat LINE.	Tidak, pembelian bahan baku langsung pada penjualnya.	Tidak, tidak melakukan pembelian lewat internet.
10.	Annisa /23 th/Kuliner	Ya, melalui LINE dan WhatsAPP	Tidak.	Tidak.

DATA PENELITIAN

MANFAAT MARKETING DIGITAL YANG DIRASAKAN

USAHA KECIL BIDANG KULINER DI KECAMATAN PEMATANG SIDAMANIK KAB. SIMALUNGUN

No	**Rerspo nden**	**Manfaat Marketing Digital yang dirasakan**										**Tota l**
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Agun Manik	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	17
2	Mei	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	15
3	Titok	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	17
4	Dinda	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	17
5	Lolo Roha	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18
6	Ludiant oni Manik	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	18
7	Wiwit	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	17
8	Leli	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	15
9	Iqbal	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	17
10	Annisa	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	18
Jumlah		20	18	20	18	20	19	16	13	13	12	169
Kriteria		Ber man faat	Ber man faat	Ber man faat	Ber man faat	Ber man faat	Ber man faat	Kura ng ber man faat	Tida k ber man faat	Tida k ber man faat	Tida k berm anfaa t	

DATA PENELITIAN

KAPABILITAS TEKNOLOGI

USAH KECIL BIDANG KULINER DI KECAMATAN PEMATANG SIDAMANIK KAB. SIMALUNGUN

No	**Rerspo nden**	**Kapabilitas Teknologi**								**Tota l**
		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	Agun Manik	2	2	1	1	1	2	2	1	12
2	Mei	1	1	2	1	1	2	2	1	11
3	Titok	2	2	1	1	1	2	2	1	12
4	Dinda	2	2	2	2	2	2	2		1
5	Lolo Roha	2	2	2	1	1	2	1	1	12
6	Ludiant oni Manik	2	1	1	1	1	2	1	1	10
7	Wiwit	1	2	2	1	1	2	2	1	12
8	Leli	2	1	1	2	2	2	2	1	12
9	Iqbal	2	2	1	1	2	2	2	1	13
10	Annisa	2	2	2	2	2	2	2	1	14
Jumlah		18	16	14	12	14	20	17	10	121
Kriteria		Ting gi	Ting gi	Ren dah	Ren dah	Ren dah	Ting gi	Ting gi	Ren dah	

DATA PENELITIAN

TINGKAT ADOPSI MARKETING DIGITAL

USAHA KECIL BIDANG KULINER DI KECAMATAN PEMATANG SIDAMANIK KABUPATEN SIMALUNGUNG

No	**Rerspon den**	**Tingkat Adopsi Marketing Digital**						**To tal**
		1	2	3	4	5	6	
1	Agun Manik	1	2	1	2	1	1	8
2	Mei	1	2	1	2	1	1	8
3	Titok	1	2	1	2	1	1	8
4	Dinda	1	2	1	2	1	1	8
5	Lolo Roha	1	2	1	2	2	2	10
6	Ludiant oni Manik	1	2	1	2	1	1	8
7	Wiwit	1	2	1	2	1	1	8
8	Leli	1	1	1	1	1	1	6
9	Iqbal	1	2	1	2	1	1	8
10	Annisa	1	2	1	2	1	1	8
Jumlah		10	19	10	19	11	11	80
Kriteria		Ren dah	Ting gi	Ren dah	Ting gi	Ren dah	Renda h	

Lampiran SPSS

Tahun	Jumlah UMKM	PDRB (Y) (Rp Juta)
2014	3127 unit	148.007,14
2015	3255 unit	124.269.93
2016	3273 unit	146.856,45
2017	3341 unit	139.739,34
2018	3598 unit	148.007,14
2019	3861 unit	156.780,58
2020	4290 unit	153.669,83

Regression

Descriptive statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PDRB	14533291.57	1074022.596	7
UMKM	3535.00	414.611	7

Correlations

		PDRB	UMKM
Pearson Correlation	PDRB	1.000	.587
	UMKM	.587	1.000
Sig. (1-talled)	PDRB	.	.083
	UMKM	.083	.
N	PDRB	7	7
	UMKM	7	7

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	UMKM[b]		Enter

a. Dependent Variable: PDRB
b. All requested variable entered.

Model Summary[b]

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
				R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
.587[a]	.345	.214	952384.201	.345	2.631	1	5	.166

a. Predictors: (Constant), UMKM
b. Dependent Variable: PDRB

ANOVA[a]

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2385968883390.331	1	2385968883390.331	2.631	.166[b]
	Residual	4535178333187.384	5	907035666637.477		
	Total	6921147216577.715	6			

a. Dependent Variable: PDRB
b. Predictors: (Constant), UMKM

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Condifence Intervation	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	9156721.690	3334498.509	.587	2.746	.040	585120.391	177288.441
UMKM	1520.953	937.769		1.622	.166	-889.658	-778.537

Dependent Variable: PDRB

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13912743.00	15681611.00	14533291.57	630604.060	7
Std. Predicted Value	-.984	1.821	.000	1.000	7
Standard Error of Predicted Value	364783.375	794268.313			
Adjusted Predicted Value	13524433.00	16400316.00	491622.247	142726.018	7
Residual	-1680431.625	887971.375	14600718.61	904768.702	7
Std. Residual	-1.764	.932	.000	869403.851	7
Stud. Residual	-1.996	1.118	.000	.913	7
Deleted Residual	-2151281.000	1276281.375	-.022	1.062	7
Mahal. Distance	-3.964	1.154	-67427.034	1201596.440	7
Cook's Distance	.023	3.316	-.301	1.720	7
Centered Leverage Value	.003	.558	.857	1.125	7
	.004	.553	.202	.217	7
				.187	7

a. Dependent Variable: PDRB