

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan pada Pemilik UMKM Kuliner di Kabupaten Banyumas yang menggunakan promosi berbayar sebagai salah satu media promosi. Penelitian ini mengambil judul : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kuliner Di Kabupaten Banyumas : Apakah Promosi Berbayar Berpengaruh?”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal, biaya tenaga kerja, lama usaha dan promosi berbayar terhadap keuntungan UMKM Kuliner di Kabupaten Banyumas. Responden yang diteliti adalah sebanyak 55 responden. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap keuntungan UMKM yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji wilcoxon yang digunakan untuk menguji efektivitas penggunaan promosi berbayar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal, biaya tenaga kerja, lama usaha dan promosi berbayar berpengaruh terhadap keuntungan UMKM kuliner di Kabupaten Banyumas. Namun hanya modal, biaya tenaga kerja dan lama usaha yang berpengaruh secara signifikan. Kemudian hasil uji wilcoxon menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil keuntungan sebelum dan sesudah penggunaan promosi berbayar. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon, keuntungan setelah promosi berbayar mengalami peningkatan. Namun promosi berbayar belum efektif dilakukan pada UMKM Kuliner di Kabupaten Banyumas karena hasil analisis regresi menunjukkan promosi berbayar tidak berpengaruh positif dan signifikan.

Implikasi dari kesimpulan diatas yaitu dalam meningkatkan keuntungan, para Pemilik UMKM Kuliner di Kabupaten Banyumas berkaitan dengan modal sebaiknya para Pemilik UMKM dapat meningkatkan modal dan melakukan perencanaan dalam mengelola modal agar keuntungan yang diperoleh dapat meningkat. Upaya yang dapat dilakukan terkait dengan biaya tenaga kerja yaitu para pemilik UMKM sebaiknya menambah jumlah karyawan disesuaikan dengan kebutuhan. Terkait dengan lama usaha, pemilik UMKM diharapkan agar selalu tekun dalam menjalankan usaha agar dapat mengasah keterampilan dalam berwirausaha serta meningkatkan pengetahuan tentang selera maupun perilaku konsumen sehingga dapat menarik konsumen untuk tetap membeli produk yang dihasilkan oleh UMKM. Sedangkan terkait dengan efektivitas penggunaan promosi berbayar, pemilik UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan pemasaran melalui sosial media baik dengan menggunakan promosi berbayar di *Instagram* maupun dengan memanfaatkan cara lain seperti *Instagram Ads*, *Facebook Ads* dan lain-lain. Selain itu, Pemilik UMKM Kuliner diharapkan dapat membuat produk yang menarik dan kreatif sebelum di-*posting* di sosial media sebagai salah satu daya tarik

Kata Kunci : UMKM, promosi berbayar, *Social Media*

SUMMARY

This research is a research conducted on Culinary MSME Owners in Banyumas Regency who use paid promotions as one of the promotional media. This study takes the title: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kuliner Di Kabupaten Banyumas : Apakah Promosi Berbayar Berpengaruh?”.

This study aims to analyze the effect of capital, labor costs, length of business and paid promotions on the profits of Culinary MSMEs in Banyumas Regency. The respondents studied were 55 respondents. Data collection was done by interview and questionnaire. The analytical technique used to determine the variables that affect the profits of MSMEs is using multiple linear regression analysis and the Wilcoxon test which is used to test the effectiveness of the use of paid promotions.

The results of this study indicate that the variables of capital, labor costs, length of business and paid promotions affect the profits of culinary SMEs in Banyumas Regency. However, only capital, labor costs and length of business have a significant effect. Then the Wilcoxon test results show that there are differences in profit results before and after the use of paid promotions. Based on Wilcoxon test results, profits after paid promotions have increased. However, paid promotions have not been effectively carried out on Culinary MSMEs in Banyumas Regency because the results of the regression analysis show that paid promotions have no positive and significant effect.

The implication of the conclusion above is that in increasing profits, Culinary MSME Owners in Banyumas Regency are related to capital, it is better for MSME owners to increase capital and plan in managing capital so that the profits obtained can increase. Efforts that can be made related to labor costs are that MSME owners should increase the number of employees according to their needs. Related to the length of business, MSME owners are expected to always be diligent in running a business in order to hone their skills in entrepreneurship and increase knowledge about consumer tastes and behavior so that they can attract consumers to continue to buy products produced by MSMEs. While related to the effectiveness of using paid promotions, MSME owners are expected to be able to optimize marketing through social media, either by using paid promotions on Instagram or by utilizing other methods such as Instagram Ads, Facebook Ads and others. In addition, Culinary MSME owners are expected to be able to create attractive and creative products before posting them on social media as an attraction.

Keyword : SMEs, Paid promote, Social Media