

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei pada pelaku UMKM yang tergabung dalam Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Banyumas. Penelitian ini mengambil judul “Minat Untuk Terus Menggunakan Media Sosial Sebagai Alternatif Saluran Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa minat UMKM untuk terus menggunakan media sosial sebagai salah satu saluran pemasaran yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM di Kabupaten Banyumas yang tergabung dalam ASPIKMAS (Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas).

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) menunjukkan bahwa persepsi manfaat media sosial memiliki peranan paling tinggi dalam membuat UMKM berminat untuk terus menggunakan media sosial sebagai saluran pemasarannya. Kemampuan media sosial dan tingkat kepercayaan juga akan mendorong pandangan UMKM terhadap media sosial, yang jika memiliki respon yang baik maka minat untuk terus menggunakannya juga akan semakin tinggi.

Implikasi dari penelitian ini bagi UMKM diantaranya perlu untuk konsisten mengikuti perkembangan media sosial dan terus menggunakannya untuk pemasaran produk dan jasa. Implikasi bagi pemerintah daerah atau pembuat kebijakan antara lain perlu mengadakan pelatihan bagi UMKM agar meningkatkan kemampuan penggunaan dan membuat aturan yang memudahkan UMKM dalam hal pemasaran dan permodalan.

Kata Kunci : Pemasaran Media Sosial, UMKM, Minat Untuk Terus Menggunakan Media Sosial

SUMMARY

This research is a survey on MSME who are members of the Association of Micro, Small and Medium Enterprises in Banyumas Regency. This study took the title "Interest to Continue Using Social Media as an Alternative for MSME Marketing Channels during the Covid-19 Pandemic (Study at the Banyumas Micro, Small and Medium Entrepreneurs Association)".

The purpose of this study is to analyze the interest of MSMEs to continue to use social media as a marketing channel. The population in this study is the owners of MSMEs in Banyumas Regency who are members of ASPIKMAS (Banyumas Micro Small and Medium Entrepreneurs Association).

Based on the results of research and data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) shows that the perception of the benefits of social media has the highest role in making MSMEs interested in continuing to use social media as a marketing channel. The ability of social media and the level of trust will also encourage MSMEs' views on social media, which if they have a good response, the interest in continuing to use it will also be higher.

The implications of this research for MSMEs include the need to consistently follow the development of social media and continue to use it for marketing products and services. The implications for local governments or policy makers include the need to conduct training for MSMEs in order to increase their ability to use and make rules that make it easier for MSMEs in terms of marketing and capital.

Keywords : Social Media Marketing, MSME, Continues Intention to Use Social Media