

MONOGRAF

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN
MENDIRIKAN UMKM DAN EFEKTIVITAS PROMOSI
ONLINE DI KOTA TANGERANG SELATAN.**

Oleh

Aidil Amin Effendy, S.E., M.M.

Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., CHt.

Heri Murtiyoko, S.Pd., M.M.

Mahnun Mas'adi, S.E, M.M.

Irfan Rizka Akbar, S.E., M.M.



MONOGRAF

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN MENDIRIKAN UMKM DAN EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE DI KOTA TANGERANG SELATAN

Penulis:

Aidil Amin Effendy, S.E., M.M.

Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., CHt.

Heri Murtiyoko, S.Pd., M.M.

Mahnun Mas'adi, S.E, M.M.

Irfan Rizka Akbar, S.E., M.M.

Cover:

Mulyadi

Layout:

Khoirul Umam

Copyright © 2020 Cipta Publishing

Isi diluar tanggung jawab penerbitan

Diterbitkan Oleh:

Cipta Media Nusantara (CMN), 2020

Alamat : Jl. Jemurwonosari 1/39, Wonocolo, Surabaya

Email : ciptapublishing@gmail.com

Web : www.ciptapublishing.com

eISBN :

Hak cipta dilindungi oleh Undang-undang.

Ketentuan Pidana Pasal 112-119

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak
sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Allhamdulilah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Monograf berjudul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui *Online* Di Kota Tangerang Selatan.”**

Penulis menyadari bahwa penulisan buku ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. (HC). Drs. H. Darsono, selaku Ketua Yayasan Sasmita Jaya.
2. Dr. H. Dayat Hidayat, M.M. selaku Rektor Universitas Pamulang.
3. Dr. Ali Maddinsyah, S.E., M.M. selaku ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Pamulang
4. Dr. H. Endang Ruhiyat, S.E., M.M., C.S.R.A., C.M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
5. Dr. Kasmad, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pamulang
6. Rekan-rekan dosen dan mahasiswa/i sebagai informan penelitian di Tangerang Selatan

Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dorongan dan semangatnya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam monograf ini masih terdapat kekurangan dan tidak sempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Desember 2020

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN MENDIRIKAN UMKM DAN EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE DI KOTA TANGERANG SELATAN.....	1
A. PENDAHULUAN.....	1
B. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
1. Pengertian Persepsi.....	5
2. Pengertian UMKM.....	6
3. Persepsi terhadap UMKM.....	7
4. Kriteria dan Ciri-ciri UMKM.....	8
5. Penelitian Terdahulu.....	10
6. Desain Penelitian.....	12
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	12
1. Tujuan Penelitian.....	12
2. Manfaat Penelitian.....	13
3. Target Capaian.....	14
D. METODE PENELITIAN	
1. Pendekatan Penelitian.....	14
2. Metode Pengumpulan Data.....	14
3. Metode Analisis Data.....	16
4. Pengujian Kredibilitas Data.....	16
5. Road Map Penelitian.....	17
6. Tugas Anggota.....	18

7. Diagram Alir.....	19
E. HASIL DAN PEMBAHASAN	
1. Hasil Penelitian.....	20
2. Pembahasan.....	25
F. RENCANA TAHAP BERIKUTNYA.....	26
G. KESIMPULAN DAN SARAN.....	27
1. Kesimpulan.....	27
2. Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kriteria UMKM: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah..... 8

Tabel 2. Transkrip Hasil Wawancara terhadap Informan..... 21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Saran Perdagangan dan UMKM di Tangerang Selatan.....	1
Gambar 2. Jumlah Industri UMKM di Tangerang Selatan.....	2
Gambar 3. Desain Penelitian Analisis Data Kualitatif.....	12
Gambar 4. Road Map Penelitian: Fish Bone.....	17
Gambar 5. Diagram Alir.....	19
Gambar 6. Faktor yang Menentukan Keberhasilan UMKM.....	23
Gambar 7. Media Online yang Digunakan Sebagai Media Promosi.....	25

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN MENDIRIKAN UMKM DAN EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE DI KOTA TANGERANG SELATAN

A. PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan generasi muda yang dapat menghadirkan perubahan dari masa ke masa. Mahasiswa harus dapat berperan lebih dalam mengembangkan UMKM di tengah masyarakat, jangan sampai perusahaan besar terus mendominasi sehingga akan membuat masyarakat menengah ke bawah semakin tidak dapat mendirikan UMKM.

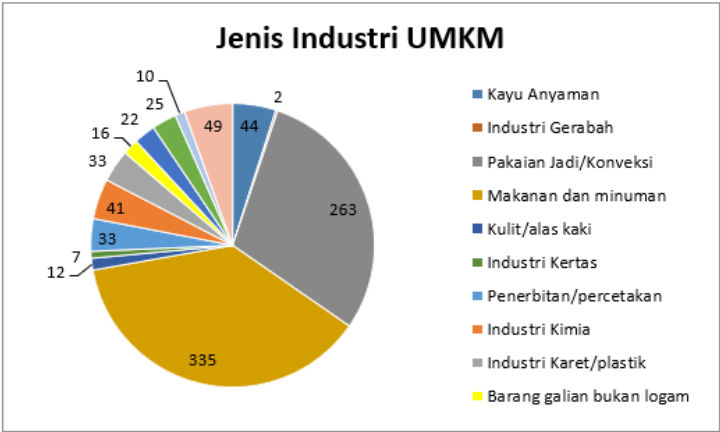
Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) kota Tangerang Selatan menunjukkan bahwa Minimarket dan rumah makan atau restoran mendominasi perdagangan yang ada di Tangerang Selatan dengan 160 Minimarket dan 202 rumah makan atau restoran.



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Tangerang Selatan 2018

Gambar 1. Jumlah Sarana Perdagangan dan UMKM di Kota Tangerang Selatan

Menurut data BPS Kota Tangerang Selatan pada Jenis Industri UMKM dan industri besar, industri makanan dan minuman masih mendominasi dengan 335 industri dan industri pakaian jadi, konveksi dan penjahit dengan 263 industri, karena sektor ini yang paling diminati oleh para pedagang dalam menjual karena termasuk jenis usaha yang selalu dibutuhkan masyarakat yaitu masuk dalam kategori sandang, pangan dan papan.



Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Tangerang Selatan 2018

Gambar 2. Jumlah Industri UMKM, Industri Kecil, Menengah dan Besar di Kota Tangerang Selatan

Agar UMKM dapat berkembang maka sumber daya manusia pun harus berkualitas. Oleh karena itu, “Kompetensi SDM dalam hal pengetahuan, keterampilan, serta keahlian manajerial harus dimiliki oleh pemilik UMKM dan juga setiap individu yang bekerja di UMKM” (Ardiana et al. 2010). “Para sarjana berpotensi untuk menjadi pendobrak

awal dalam mengembangkan UMKM. Selama perkuliahan saat menjadi mahasiswa dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan yang dapat diterapkan di UMKM, maka akan berdampak positif yang bagi pengelolaan UMKM.” (Sear et al. 2012).

Efektivitas promosi UMKM melalui *online* juga perlu diperhatikan, karena riset yang dilakukan *Delloite Access Economics* menyebutkan bahwa “36% UMKM di Indonesia masih berkuat dengan pemasaran konvensional. Sedangkan, 37% UMKM hanya memiliki kapasitas pemasaran *online* yang bersifat mendasar seperti akses komputer dan *broadband*. Sisanya sebesar 18% UMKM memiliki kapasitas *online* menengah karena dapat menggunakan *website* dan medsos. Hanya 9% saja yang memiliki kapasitas pemasaran digital yang bisa dikategorikan canggih.” (Bagus Nuari Harmawan, 2018)

Menurut R. Rahayu, & J. Day, (2015) “Karakteristik UMKM di Indonesia masih sangat sedikit untuk mengembangkan pemasaran digital yang bersifat berjejaring dan menggunakan teknologi yang canggih. UMKM yang masih menggunakan situs statis sebesar 32,5%, situs interaktif 25% dan belum terlibat secara digital memiliki persentase 7,2% UMKM.”

Adapun Menurut A. Budiyanto, & A.A. Effendy, (2020), diantara hambatan perkembangan UMKM ialah “Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi. Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana sehingga sulit untuk bersaing secara kualitas dan kuantitas.”

Maka untuk mengatasi masalah-masalah tersebut diperlukan riset mengenai “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui *Online* Di Kota Tangerang Selatan.”

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui *Online* Di Kota Tangerang Selatan?”. Fokus penelitian tersebut kemudian dijabarkan menjadi dua sub fokus sebagai berikut:

- a) Bagaimana Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM di Kota Tangerang Selatan?
- b) Seberapa Efektif Promosi UMKM Melalui *Online* di Kota Tangerang Selatan?”.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Joseph A. Devito (2011:80) adalah “Proses yang membuat kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus atau rangsangan yang mempengaruhi indera kita.” Sedangkan Sarlito dalam Ugi Nugraha (2015:4) mengatakan “Persepsi berlangsung saat menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak.”

“Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat pengelihatn, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman.” Miftah Thoha (2014:141).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang menurut Miftah Thoha (2014:147), antara lain “Psikologi, Keluarga.” Sedangkan menurut Walgito yang dikutip oleh Latifah dalam William Andersen (2012:16), “Faktor faktor yang mempengaruhi persepsi adalah Faktor Internal dan Faktor Eksternal.”

2. Pengertian UMKM

Dalam peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). (goukm.id, 2018) sebagai berikut:

a) Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro.

b) Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.

c) Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung.

3. Persepsi terhadap UMKM

“Penelitian yang secara khusus membahas ketertarikan seorang sarjana untuk dapat bekerja di sektor UMKM masih sangat terbatas.” (Hart & Barrat, 2009). Sedangkan penelitian terhadap persepsi mahasiswa bisnis atas pilihan berkarir sebagai wirausaha, di UMKM atau di perusahaan besar belum pernah dilakukan di Indonesia. Survey yang dilakukan oleh Litbang Kompas (Sugihandari, 2012) lebih pada pemetaan potensi bidang wirausaha yang diminati oleh mahasiswa. “Hanya terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang berusaha membandingkan minat kerja mahasiswa untuk bekerja di UMKM dengan sektor usaha lain.” (Kantabutra dan Jariangprasert, 2012).

Hasilnya menemukan bahwa “Bekerja di UMKM setelah lulus merupakan alternatif yang dipilih apabila mahasiswa tidak berhasil bergabung dengan sektor usaha lain yang dianggap lebih menjanjikan. Sebagian besar mahasiswa setelah lulus ingin bekerja di usaha besar maupun organisasi pemerintah.” (Kantabutra dan Jariangprasert, 2012).

Jurusan ketika kuliah juga terlihat memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk bergabung dengan UMKM. Van der Sijde et al. (2013) menemukan bahwa “Mahasiswa lulusan sekolah bisnis di Belanda lebih berminat untuk bekerja di sektor UMKM jika dibandingkan dengan

mahasiswa jurusan lain. Sebagian besar mahasiswa jurusan lain lebih tertarik untuk bekerja di usaha besar. Namun demikian, apabila terdapat kondisi yang sesuai, mahasiswa jurusan lain bersedia mempertimbangkan kembali pilihan untuk dapat bergabung di UMKM.”

4. Kriteria dan Ciri-ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Dalam kriteria UMKM yaitu usaha mikro, kecil dan menengah, terdapat kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria UMKM: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

No	Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 Miliar	>2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008

Aning Kesuma Putri dan Dewi Anggraini. (2016: 3-4) dalam Jurnal Profit, Volume 3, No.1. mengemukakan mengenai, “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki kriteria-kriteria tertentu. Menurut UU RI No.20 tahun 2008, kriteria dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah” :

a) Kriteria Usaha Mikro:

“Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00.”

b) Kriteria Usaha Kecil:

“Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00.”

c) Kriteria Usaha Menengah:

“Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari

Rp.2.500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00.”

Menurut Daryanto (2012:7), “Usaha kecil memiliki cirri-ciri dan fakta-fakta. ciri-ciri dari usaha kecil, yaitu:”

- a) Manajemen tergantung pemilik (bebas ditentukan oleh pemilik)
- b) Modal disediakan oleh pemilik
- c) Daerah operasi local
- d) Berukuran/skala relatif kecil

5. Penelitian Terdahulu

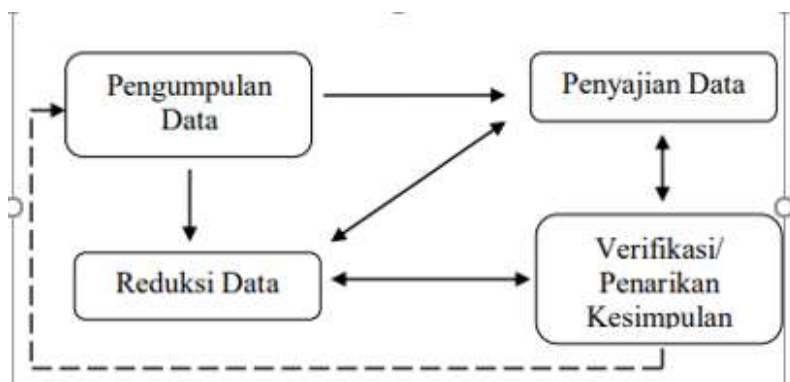
- a) Olawale Fatoki and Olabanji Oni, 2014 “*Perception of the Effectiveness of Entrepreneurship Education at a South African University*”. Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing. Roma Italia Vol 5 No 20,
- b) P., Nair, P., Van der Sijde, dan During, W. 2013. “*Graduates’ Perception of Employment in SMEs and Large Enterprises.*” International Journal of Business and Social Science, 4 (6). 15-20.
- c) S. Kantabutra, dan Jariangprasert, N. 2012. “*Perception of Student Towards Working with Small and Medium Sized Enterprises: A Case Study of Chiang Mai and Luang Prabang*” Journal Business and Information: 339-348.
- d) T., Barratt, P. Hart, 2009. “*The Employment of Graduates within Small and Medium-sized Firms in England,*”

- Journal of People, Place and Policy Online, 3 (1): pp. 1-15. Ugi Nugraha. 2015 “*Hubungan Persepsi, Sikap Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Pada Mahasiswa Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan*”. (Jurnal Cerdas Sifa, Edisi 1 No.1. Maret– Juni 2015).
- e) Aning Kesuma Putri, dan Dewi Anggraini. 2016. “*Persepsi Pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Penerapan Akuntansi di Kota Lubuklinggau*”. (Jurnal Profit, Volume 3, No.1, Mei 2016)
- f) Etni Marlina. 2018. “*Ketertarikan dan Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis untuk Bekerja di Usaha Kecil Menengah*”. (Jurnal BISMA: Bisnis dan Manajemen, Volume 11, No.1, Mei 2018, 33-46)
- g) A.A. Vivathuvahna dan Nugroho, T.R.D.A. 2015. “*Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura*.” Jurnal Agriekonomika, 4 (1). 107-119.

Dari penelitian terdahulu di atas, diantaranya A.A. Vilathuvahna dan Nugroho (2015), Melakukan penelitian terhadap mahasiswa di Universitas Trunojoyo, di antara hasil penelitiannya ialah ditemukan bahwa hanya 17% mahasiswa memiliki keinginan untuk menjadi wirausahawan setelah lulus, lainnya (83% mahasiswa) berkeinginan untuk menjadi PNS, dosen, jurnalis dan bekerja di tempat lain.”

6. Desain Penelitian

Dari uraian tersebut diatas maka desain penelitian berdasarkan “Analisis Data Kualitatif menurut Miles dan Huberman” (Sugiyono, 2015), sebagai berikut:



Gambar 3. Desain Penelitian Analisis Data Kualitatif menurut Miles dan Huberman

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus permasalahan atau perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM di Kota Tangerang Selatan
- b) Untuk mengetahui seberapa Efektif Promosi UMKM Melalui *Online* di Kota Tangerang Selatan

2. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat Penelitian dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

a) Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi, pembelajaran, saran dan masukan bagi pemerintah terutama pemerintah daerah Tangerang Selatan untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat kota Tangerang Selatan khususnya para mahasiswa di Tangerang Selatan untuk mampu mendirikan dan mengembangkan UMKM serta memiliki daya saing usahanya dengan melakukan promosi secara / melalui *online* di Kota Tangerang Selatan.

b) Bagi Akademisi

Sebagai bahan keilmuan untuk menambah khasanah pengetahuan, referensi dan menyajikan informasi mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi UMKM Melalui *Online* di Kota Tangerang Selatan

c) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan memperluas pengetahuan peneliti dalam riset tentang sosial humanoria.

d) Penelitian Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk digunakan sebagai acuan dasar dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Target Capaian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi mengenai Persepsi Mahasiswa terhadap kemampuan dalam mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi melalui Online serta dipublikasikan pada jurnal nasional ter-akreditasi, dalam hal ini penulis sudah mempublikasikan hasil penelitian ini pada jurnal nasional ter-akreditasi sinta 4.

D. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai situasi yang dihadapi (Cooper dan Schindler, 2014).

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik

pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2012). Maka, diperlukan ketelitian dan kevalidan data untuk menentukan kualitas data yang didapatkan, antara lain.

a) Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Jika wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2012).

b) Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010) dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, agenda, notulen rapat, dan sebagainya. Teknik dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data sekunder. Data ini berupa data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Tangerang Selatan, Dinas UMKM dan Koperasi kota Tangerang Selatan, maupun Instansi yang terkait.

c) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk

menemukan permasalahan yang harus diteliti, apabila peneliti ingin mengetahui dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil atau sedikit (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi struktur berdasarkan panduan wawancara yang sudah ditentukan, dan berlangsung rata-rata 30 menit. Adapun responden yang diwawancarai adalah Mahasiswa di berbagai Universitas yang berada di Tangerang Selatan yaitu Mahasiswa yang sudah memperoleh mata kuliah kewirausahaan dan mata kuliah lainnya yang berhubungan dengan bisnis atau kewirausahaan. Selain mahasiswa, peneliti pun akan mewawancarai Kepala Dinas UMKM Tangerang Selatan dan para pelaku UMKM Tangerang Selatan.

3. Metode Analisis Data

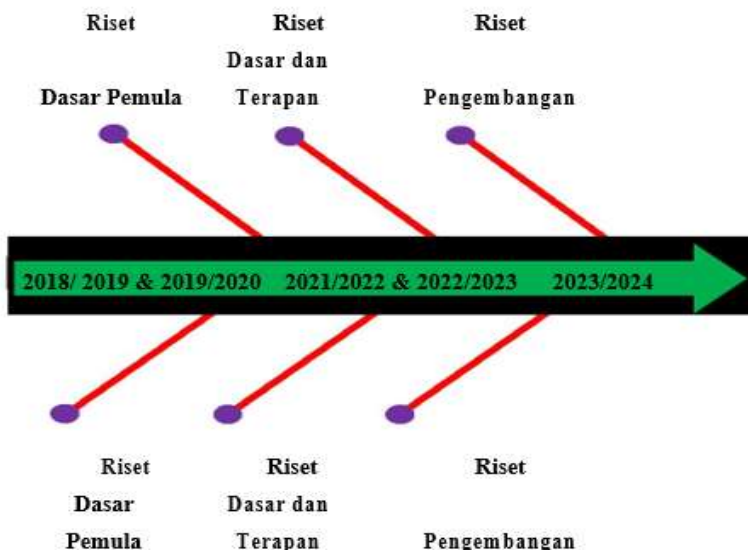
Teknik analisa data adalah mendeskripsikan teknik analisis apa yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisa data yang telah dikumpulkan (Sanusi Anwar, 2011). Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisa statistik deskriptif, yaitu diantaranya pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

4. Pengujian Kredibilitas Data

Pengujian Kredibilitas Data atau pengecekan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji Kredibilitas atau uji credibility (validitas interbal),

Uji transferability (validitas eksternal), dependability (reliabilitas) dan confirmability (obyektifitas). Sugiyono (2015:366)

5. Road map Penelitian



Gambar 4. Road Map Penelitian: Fish Bone

Keterangan:

1. Riset Dasar Pemula
 - a. Penelitian Dasar penerimaan dana hibah Dikti PDP 2018/2019 dengan judul :

“[Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan Terhadap Pemberdayaan Koperasi Dan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Pemerataan Kesejahteraan](#)”

Masyarakat.”

Lolos dengan dibiayai sebesar Rp 15.420.000

- b. Penelitian dasar penerimaan dana hibah Dikti PDP 2019/2020 dengan judul: “Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui *Online* Di Kota Tangerang Selatan”

Pengajuan Kompetisi nasional PDP tahun 2019/2020

2. Rencana penelitian Dasar dan Terapan dengan membuat penelitian berkenaan dengan UMKM di Wilayah Tangerang Selatan sampai Provinsi Banten.

Pengajuan Kompetisi Nasional penelitian terapan tahun 2021/2022 dan 2022/2023.

3. Rencana penelitian Pengembangan dengan membuat penelitian berkenaan dengan UMKM di Wilayah Provinsi Banten
4. Pengajuan Kompetisi Nasional penelitian terapan tahun 2023/2024

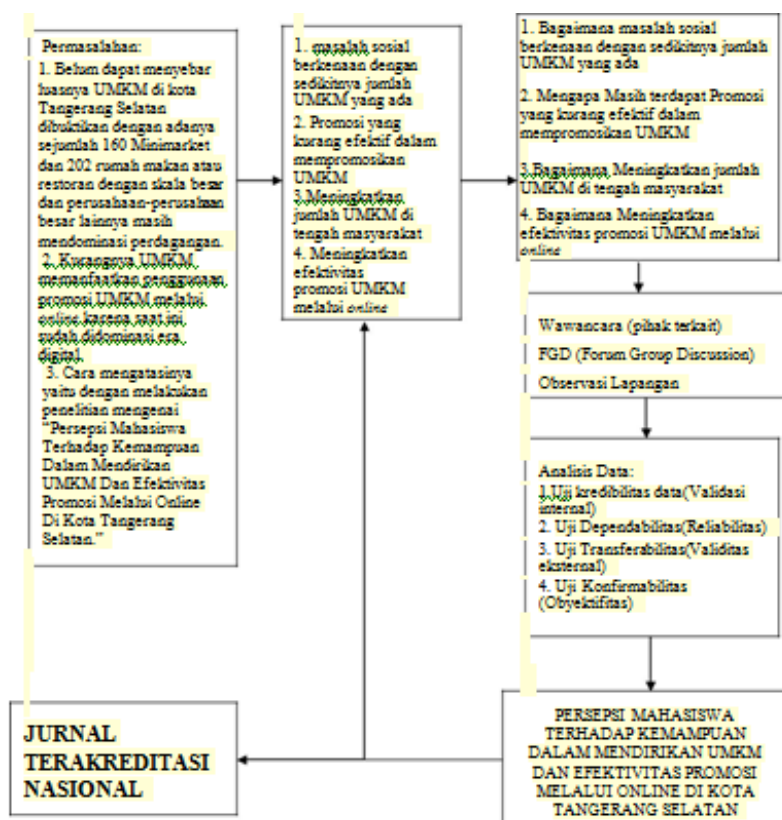
6. Tugas Anggota

Tugas Anggota yaitu antara lain mencari data sekunder berupa data-data yang diperlukan terkait UMKM dan Promosi melalui *online*, membantu dalam pelaksanaan wawancara kepada narasumber utama yaitu mahasiswa-mahasiswa di

Kota Tangerang Selatan dan mendokumentasikan hasil wawancara, lalu kemudian membantu ketua Peneliti dalam menganalisis data

7. Diagram Alir

Dari uraian tersebut diatas maka dikembangkanlah diagram alir sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Alir Penelitian

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan Hasil wawancara dari beberapa Informan mahasiswa yang berasal dari beberapa perguruan tinggi di Tangerang Selatan, Di antaranya yaitu Universitas Pamulang, Politeknik Keuangan Negara STAN, Universitas Terbuka Jakarta, Institut Ilmu Al-Qur`an, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Institut Teknologi Indonesia, Universitas Muhammadiyah Jakarta dan STIE Ganesha, diperoleh dari 10 informan yang merupakan mahasiswa yang sudah memperoleh mata kuliah kewirausahaan atau mata kuliah lainnya yang berhubungan dengan ilmu kewirausahaan.

Dalam wawancarnya, mengungkapkan persepsinya mengenai “Kemampuan dalam Mendirikan UMKM di Tangerang Selatan”. Di antara beberapa pertanyaan dalam wawancara yang penulis ajukan, di antaranya mengenai perlu atau tidaknya mendirikan UMKM bahwa seluruh informan menguraikan persepsinya untuk perlu mendirikan UMKM dan sangat termotivasi untuk mendirikannya dengan berbagai motivasi dan tujuan, di antaranya agar dapat memiliki pengalaman dalam dunia usaha dan berpenghasilan sendiri.

Pertanyaan tersebut kami susun untuk menggali informasi mengenai Kemampuan dalam Mendirikan UMKM di

Tangerang Selatan agar peneliti dapat mengetahui informasi yang diharapkan untuk sumbangsih ilmu dan pembaharuan wawasan.

Pertanyaan utama yang peneliti ajukan ialah: “Faktor apa saja yang paling menentukan keberhasilan UMKM menurut saudara/i..? jelaskan alasannya!”. Adapun tabel Transkrip Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai berikut :

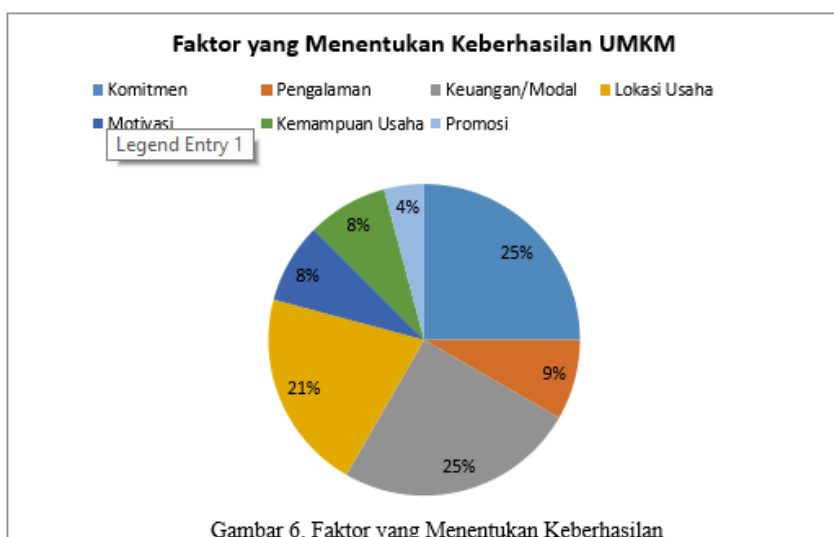
Tabel 2. Transkrip Hasil Wawancara terhadap Informan

Perguruan Tinggi Informan	Transkrip Hasil Wawancara
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Komitmen, walaupun kita banyak modal, lokasi, pengalaman namun jika kita tidak komitmen dengan usaha kita sendiri, pasti usaha kita akan kurang berhasil
STIE Ganesha	Keuangan atau Modal yaitu Keterbatasan modal Ketika akan memulai UMKM, kebanyakan calon pengusaha hanya memperhitungkan modal usaha sebatas untuk pengadaan barang, peralatan, dan tempat usaha saja. Mereka lupa atau bahkan tidak tahu jika menjalankan bisnis juga membutuhkan biaya

	operasional yang harus dipersiapkan di awal. Keterbatasan modal inilah yang menyebabkan UMKM tidak bisa bertahan lama.
Institut Teknologi Indonesia	Promosi, karena promosi juga penting guna menarik minat pelanggan
Universitas Pamulang (jurusan Manajemen)	(1) Komitmen, karena kita harus memiliki tujuan yang jelas agar sebuah usaha berhasil. Terlebih jika tidak memiliki komitmen, wirausahawan itu akan bermalas-malasan. (2) Motivasi sebagai pemicu semangat untuk dirinya sendiri dan orang lain. (3) Pengalaman. (4) Modal. (5) Lokasi yang strategis mampu membuat usaha berhasil. (6) Kemampuan usaha.
Universitas pamulang (jurusan Akuntansi)	Yang pertama modal karna dengan modal itulah kita dapat memulai dengan keyakinan yang kuat. Kedua lokasi karna lokasi juga menjadi salah satu penentu keberhasilan dalam berwirausaha
Universitas Terbuka	Komitmen dan modal harus ada, juga faktor lokasi yang tepat strategis untuk mendirikan usaha baru kita jalankan

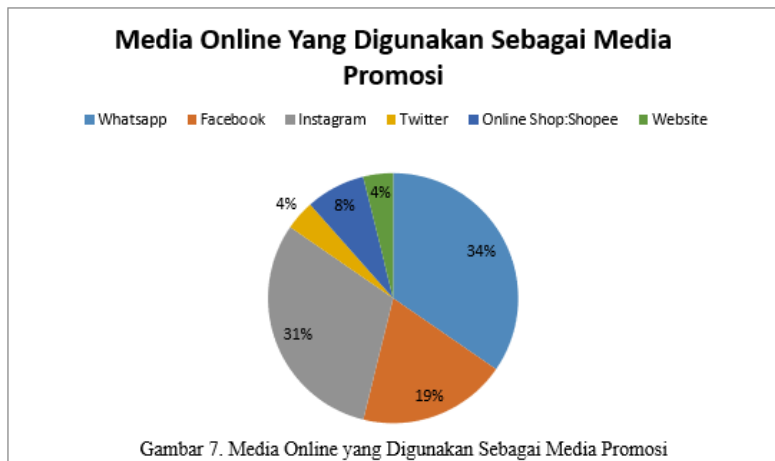
Institut Ilmu Al-Qur'an	Motivasi dan modal karena itu yang utama
Institut Ilmu Al-Qur'an	Komitmen
PKN STAN	Komitmen dan Lokasi
Universitas Muhammadiyah Jakarta	Komitmen, pengalaman, modal, lokasi dan kemampuan itu semua perlu jika ingin memulai usaha

Dari hasil wawancara di atas, dapat dibuat diagram sebagai berikut:



Berdasarkan diagram di atas maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling menentukan keberhasilan UMKM menurut persepsi Mahasiswa di Tangerang Selatan adalah faktor keuangan atau modal usaha dan komitmen masing-masing sebesar 25%, faktor lainnya seperti lokasi usaha sebesar 21%, Pengalaman sebesar 9%, Kemampuan usaha dan Motivasi masing-masing sebesar 8% dan faktor promosi sebesar 4%.

Hasil Wawancara mengenai “Efektivitas Promosi UMKM Melalui *Online* di Tangerang Selatan” kepada mahasiswa yang merupakan informan pada penelitian ini, seluruhnya menjawab efektif dalam mempromosikannya melalui online, dengan sebagian besar menguraikan bahwa lebih efektif mempromosikannya melalui media sosial, seperti Instagram, facebook, whatsapp dan media online lainnya dibandingkan promosi melalui media elektronik, seperti televisi dan media cetak. Berikut hasil wawancara yang disajikan dalam bentuk diagram:



Berdasarkan diagram di atas maka dapat disimpulkan bahwa Promosi Online lebih efektif pemasarannya menurut persepsi mahasiswa di Tangerang Selatan melalui Media Sosial yaitu Whatsapp dengan presentase paling tinggi sebesar 34%, Instagram dengan presentase 31%, facebook dengan presentase 19% dan selainnya, informan juga menggunakan media sosial berupa twitter sebesar 4%, website sebesar 4% dan online shop: shopee sebesar 8%.

2. Pembahasan

Sehingga menurut pandangan mahasiswa sebagai informan Promosi sangat efektif dilakukan melalui media *Online* terutama lebih efektif dilakukan promosinya melalui media sosial dibandingkan promosi melalui media elektronik, dan media cetak. Selain media sosial yang efektif dalam mempromosikan, juga media online melalui Situs e-commerce

transaksional, seperti Shopee.co.id dan saluran promosi seperti Website atau Blog. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Promosi melalui media online sangat efektif dilakukan melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya.

F. RENCANA TAHAP BERIKUTNYA

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini, maka rencana tahap berikutnya yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut :

Rencana penelitian selanjutnya adalah saya akan membuat penelitian mengenai Optimalisasi Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM Mahasiswa di Tangerang Selatan. Kemudian model penelitian ini akan kami kembangkan menjadi suatu ilmu pembaharuan untuk UMKM khususnya mahasiswa yang ingin mendirikan UMKM di wilayah kota Tangerang Selatan sampai Provinsi Banten, bahkan dalam skala penelitian besar lingkup UMKM Mahasiswa se-Nasional.

Kami berencana untuk menggunakan variabel-variabel lain guna memperdalam pengetahuan tentang Pemberdayaan dan Pengembangan UMKM Mahasiswa di Tangerang Selatan dan Studi kasus UMKM yang telah melakukan promosi secara online dan offline (konvensional) agar UMKM di Tangerang

Selatan khususnya mahasiswa dapat menerapkan aplikasi dari hasil penelitian yang kita peroleh, dengan harapan bertambahnya minat dan jumlah UMKM di Tangerang Selatan khususnya dari kalangan mahasiswa yang ingin mendirikan UMKM secara mandiri.

G. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Kesimpulan pertama bahwasannya faktor yang paling menentukan keberhasilan UMKM menurut persepsi Mahasiswa di Tangerang Selatan adalah faktor keuangan atau modal usaha dan komitmen masing-masing sebesar 25%, faktor lainnya seperti lokasi usaha sebesar 21%, Pengalaman sebesar 9%, Kemampuan usaha dan Motivasi masing-masing sebesar 8% dan faktor promosi sebesar 4%. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang paling menentukan dalam mendirikan UMKM adalah faktor keuangan atau modal usaha dan komitmen dalam mendirikan UMKM.

Kesimpulan kedua berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mengenai “Promosi UMKM Melalui *Online*” seluruhnya menjawab efektif dalam mempromosikannya melalui online, dengan sebagian besar berpendapat bahwa lebih efektif mempromosikannya melalui media sosial dibandingkan promosi melalui media lainnya. Sehingga dapat

disimpulkan, mahasiswa perlu berkomitmen dalam mendirikan usaha dan mempromosikannya melalui online dengan lebih mengutamakan promosinya dalam media sosial seperti Instagram, facebook, whatsapp dan media online lainnya.

2. SARAN

a) Pemerintah

Diharapkan Pemerintah Kota Tangerang Selatan memfasilitasi dan mendorong UMKM khususnya mahasiswa untuk dapat mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya dan produk yang berasal dari luar negeri.

b) Lembaga Pinjaman

Diharapkan Lembaga Pinjaman memfasilitasi dan mendorong UMKM agar dapat meminjam permodalan awal atau tambahan guna mengembangkan usahanya.

c) UMKM Tangerang Selatan

Kepada UMKM khususnya Mahasiswa Kota Tangerang Selatan untuk dapat mengambil pelajaran dari hasil riset yang peneliti lakukan, guna dapat mengetahui faktor-faktor sapa saja dalam mendirikan UMKM dan mengetahui seberapa efektif promosi melalui online

d) Penelitian Berikutnya

Untuk peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti dalam riset tentang sosial humanoria dengan menambah variabel atau konsep pembaharuan yang dapat mendatangkan ilmu terapan yang berguna bagi user khususnya UMKM di Kota Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, I.D.K.R., Brahmayanti, L.A. dan Subaedi. 2010. *“Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya.”* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12 (1): 42-55.
- BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Tangerang Selatan. 2019 <https://tangselkota.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2018&Publikasi%5BkataKunci%5D=&yt0=Tampilkan>, diakses Agustus 2019
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *“Prosedur Penelitian”*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiyanto, A., & Effendy, A. A. (2020). *“Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan terhadap Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dan Dampaknya terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat.”* Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi, 4(1), 80-93.
- Chaffey, D. & Smith, P. (2017). *“Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing”*. Oxford: Elsevier.
- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. 2014. *“Metode Riset Bisnis,”* Volume 1. Edisi 12 Jakarta: PT Media Global Edikasi.

- Devito, Joseph A. 2011. *“Komunikasi Antar Manusia.”*
Tangerang: Karisma Publishing Group
- Effendy, A. A. (2019). *“Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan.”* Jurnal Ilmiah Feasible (JIF), 1(1), 66-82.
- Effendy, A. A. (2018). *“Analysis of Marketing Strategies to Increase Sales at PT. Karya Tunggal Properti.”* Jurnal Office, 4(2), 103-108.
- Harmawan, Bagus Nuari, 2018, *“Hambatan UMKM “Go-Online”*, <https://news.detik.com/kolom/d-4272888/hambatan-umkm-go-online>, diakses Juli 2020.
- Hart, T., Barratt, P. 2009. *“The Employment of Graduates within Small and Medium-sized Firms in England,”* Journal of People, Place and Policy Online, 3 (1): pp. 1-15.
- Kantabutra, S. dan Jariangprasert, N. 2012. *“Perception of Student Towards Working with Small and Medium Sized Enterprises: A Case Study of Chiang Mai and Luang Prabang”* Journal of Business and Information: 339-348.
- Putri, Aning Kesuma dan Dewi Anggraini. 2016. *“Persepsi Pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*

Terhadap Penerapan Akuntansi di Kota Lubuklinggau”.

(Jurnal Profit, Volume 3, No.1, Mei 2016)

Rahayu, R., & Day, J. (2015). “*Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia.*” *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150.

Sanusi Anwar, 2011. “*Metodologi Penelitian Bisnis, Disertai contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen.*” Jakarta: Salemba Empat.

Sear, L., Tracy S., Janine S., dan Simon D. 2012. “*Graduate Recruitment to SMEs Final Report.*” SFEDI: County Durham

Suarmawan, Kadek Agus. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil.*” *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*. Volume: 5 Nomor:1 Tahun: 2015

Sugiyono. 2012. “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*” Bandung: Alfabeta.

Thoha, Miftah. 2014. “*Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya.*” Jakarta: Rajawali Pers

Tjiptono, Fandy, 2015. “*Strategi Pemasaran*”, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta

Ugi Nugraha. 2015 “*Hubungan Persepsi, Sikap Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Pada Mahasiswa Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan*”. (Jurnal Cerdas Sifa, Edisi 1 No.1. Maret– Juni 2015).

.

TENTANG PENULIS



Aidil Amin Effendy, S.E., M.M. lahir di Serang, 2 Juli 1990, dosen di Universitas Pamulang, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Owner Azka Toys (Permainan Islami Edukatif), Profesional Trainer & Motivator Saat ini penulis sedang menempuh kuliah pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan Moto:

"Bergerak melangkah ke depan, Hadapi Seluruh rintangan dan atasi seluruh ujian di hadapan, Demi tercapainya masa depan".



Denok Sunarsi, S.Pd., M.M., CHT., lahir di Bandung, 29 November 1979, mengajar di Universitas Pamulang, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen dengan matakuliah berfokus pada bidang ilmu MSDM Saat ini penulis sedang menempuh kuliah pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas

Pasundan, tertarik meneliti di bidang ekonomi kreatif, pendidikan, UMKM dan manajemen sumber daya manusia, Moto: If you don't try anything you will get nothing.



Heri Murtiyoko, S.Pd., M.M. Penulis lahir di Cepu, 05 Agst 1975. Penulis adalah Dosen aktif di Universitas Pamulang dan bekerja di Instansi Swasta di Jakarta Penulis berdomisili Vila Dago Tol, Serua Ciputat.



Mahnun Mas'adi, S.E, M.M. Lahir di Yogyakarta, 26 Mei 1980. Menyelesaikan Pendidikan S1 pada program studi manajemen di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta pada tahun 2004. Tahun 2012 menyelesaikan studi S2 di prodi manajemen Universitas Budi Luhur Jakarta. Selama 13 tahun pernah menjadi praktisi perbankan di salah satu BUMN terbesar di Indonesia. Sekarang menjadi dosen tetap di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pamulang. Saat ini penulis sedang menempuh kuliah pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan Moto : "Jangan Lupa Baca Bsimillah".



Irfan Rizka Akbar, S.E., M.M. lahir di Bogor, 23 Januari 1989, dosen di Universitas Pamulang, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Saat ini penulis sedang menempuh kuliah pada Program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Pasundan Moto : "Berdoalah, karena Doa adalah gear terpenting dalam roda kenyataan".

