

## **SKRIPSI**

**DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI  
ERA PANDEMI COVID-19  
(Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu)**

**The Impact of Social Media on the Development Of MSMEs in the Era of  
the Covid-19 pandemic  
(Case Study in Malaju Village, Kilo District, Dompu Regency)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram



**Disusun Oleh :**

**Nurul Haidah  
Nim. 218120136**

**KONSENTRASI ENTERPREUNER  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH MATARAM**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI**  
**ERA PANDEMI COVID-19**  
**(Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu)**

Oleh

**Nurul Haidah**  
**Nim. 218120136**

Untuk memenuhi ujian Skripsi  
Pada tanggal 07 Februari 2022

Menyetujui,

**Pembimbing I**

**Dedy Iswanto, ST., MM**  
**NIDN. 0818087901**

**Pembimbing II**

**Ilham Zitri, S.IP., M.IP.**  
**NIDN. 0817119102**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Administrasi Bisnis**

**Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM**  
**NIDN. 082808484**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI**  
**ERA PANDEMI COVID-19**  
**(Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu)**

Oleh

**Nurul Haidah**  
**Nim. 218120136**

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada tanggal 07 Februari 2022

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

**Tim penguji,**

**Dedy Iswanto, ST., MM.**  
**NIDN. 0818087901**

(PU)

**Ilham Zitri, S.IP., M.IP.**  
**NIDN. 0817119102**

(PP)

**Drs. Ramayanto, M.M**  
**NIDN. 0809096702**

(PN)

**Mengetahui,**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Universitas Muhammadiyah Mataram**

**Dekan**

**Dr. Hj. Muhammad Ali, M.Si.**  
**NIDN. 0806066801**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

**Yang bertanda Tangan Di Bawah Ini:**

**Nama : Nurul Haidah**

**NIM : 218120136**

**Dengan Ini Saya Menyatakan Bahwa:**

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), Baik di tingkat Universitas Muhammdiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lainnya
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa pihak lain kecuali arahan tim pembimbing
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sangsi akademik berupa pencabutan gelar kepada karya ini, serta sangsi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi

**Mataram, 27 Januari 2022**

**Yang Membuat Pernyataan**



**Nurul Haidah**  
**Nim. 218120136**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MURUL HAIDAH  
NIM : 218120136  
Tempat/Tgl Lahir : DOMPU, 07 - APRIL - 2000  
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS  
Fakultas : FISIPOL  
No. Hp : 085 238 710 736  
Email : nurulhaidahj6@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN  
UMKM DI ERA PANDEMI COVID-19.  
STUDI KASUS (DI DESA MALAJU KECAMATAN KILO  
KABUPATEN DOMPU).

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 36%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 14 - MARET - 2022  
Penulis



MURUL HAIDAH  
NIM. 218120136

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MURUL HAIDAH  
NIM : 218120136  
Tempat/Tgl Lahir : DOMPU, 07 - APRIL - 2000  
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS  
Fakultas : FISIPOL  
No. Hp/Email : 085 238 710 736  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Dampak sosial media terhadap perkembangan URM di era pandemi covid-19 studi kasus (di desa Majaju Kecamatan Pilo Kabupaten Dompus).

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 14 - MARET - 2022

Penulis



MURUL HAIDAH

NIM. 218120136

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos..M.A.

NIDN. 0802048904

**MOTTO**

*Jadilah Diri Sendiri, Jangan Menjadi Orang Lain*

**Buanglah Keraguanmu Dan Raihlah Impianmu**

*(Nurul Haidah)*



## LEMBAR PERSEMBAHAN

### **Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

1. Kedua orang tua saya ayahanda tercinta (Rifaid), dan Ibunda tersayang (Jubaidah), yang selalu memberikan do'a, dukungan serta menjadi penyamangat terhebat selama peneliti menyusun Karya Ilmiah ini (Skripsi).
2. Kakak tersayang (Abang Efendi), (Kakak Eka) Beserta Adik Saya (Hatta) yang selalu memberikan motifasi, semangat dan membantu peneliti baik moral maupun materi dalam proses perjalanan akademik peneliti sampai pada penyusunan Karya Ilmiah ini (Skripsi).
3. Untuk Sehabatku (Cici, Reni, Alim, Syahrul, Fitri, Tina) yang selalu memberikan motifasi semangat dan dukungan dalam membantu penelitian baik moril maupun materi dalam proses perjalanan akademik penelitian sampai pada penyusunan Karya Ilmiah ini (Skripsi).
4. Keluarga besar Ikatan Mahasiswa Kilo Mataram yang terhimpun dalam organisasi paguyuban IMAKOM-M yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
5. Untuk teman, kerabat, sahabat, yang telah memeberikan dukungan dan do'a sehingga penulis mampu meneyelesaikan tugas akhir dengan sebaik-baiknya.
6. Seluruh Teman-Teman Se angkatan, terutama kelas Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat dan mengisi hari-hari peneliti menjadi menyenangkan semasa kuliah di universitas muhammadiyah mataram.



## RIWAYAT HIDUP



Penulis berasal dari Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu dan lahir di Kilo Dompu pada tanggal 07 April 2000, sebagai putri ke tiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Rifaid dan Ibu Jubaidah. Penulis menempuh pendidikan Sekolah dasar di SDN 1 Kilo masuk pada tahun 2006 lulus pada tahun 2012. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Kilo lulus pada tahun 2015 dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah atas di SMKN 1 kilo lulus pada tahun 2018. Dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan ke perguruan tinggi swasta dan terdaftar sebagai mahasiswa Strata 1 (S1) Administrasi bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

## KATA PENGANTAR

### **Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh**

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) dengan judul **“Dampak Sosial Media Terhadap Perkembangan UMKM Di Era Pandemi covid-19 (Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu)”**. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SWT, Nabi akhiruzaman yang telah membawa manusia dari zaman Zahiliah, zaman yang penuh dengan kebiadapan menuju zaman yang beradap hingga saat ini. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis Pada Kampus Universitas Muhammadiyah Mataram.

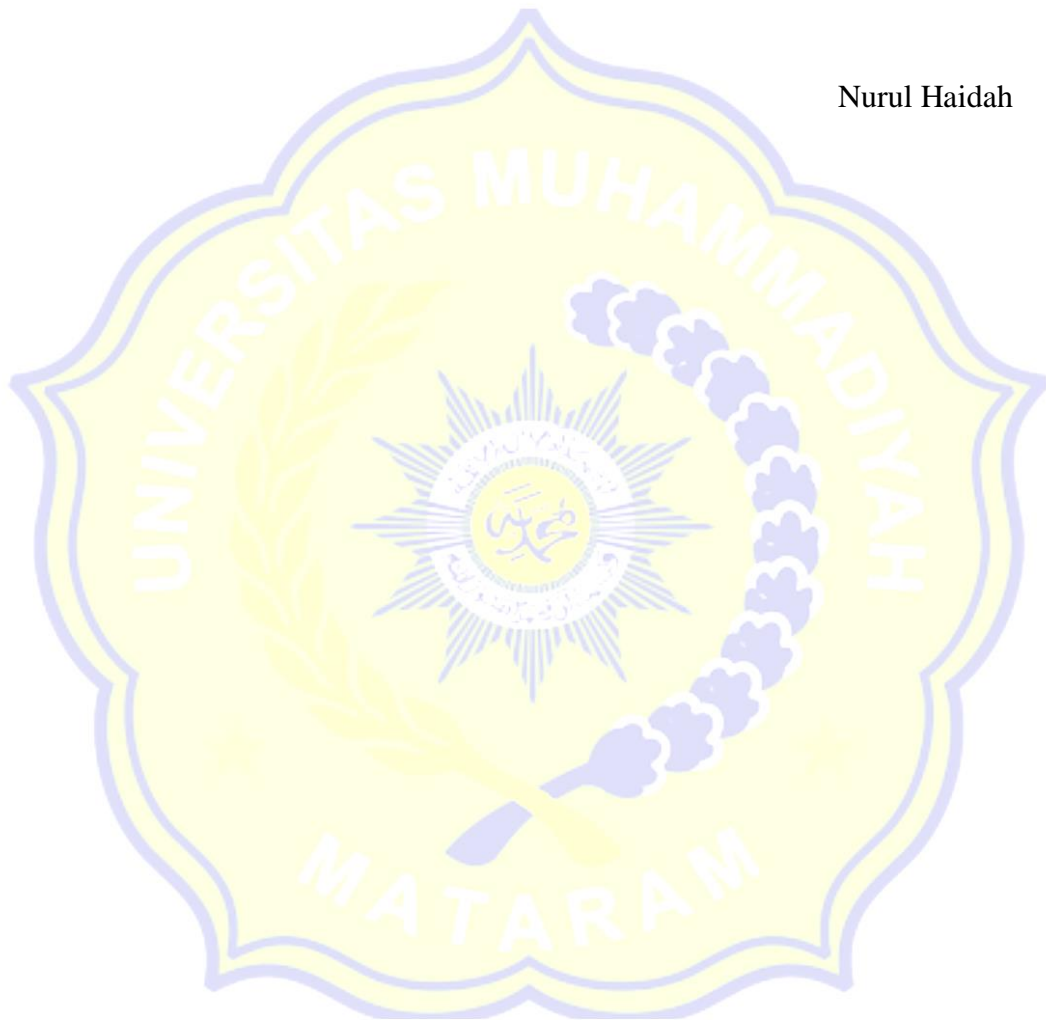
Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam proses penyusunan Skripsi ini. Banyak tantangan dan hambatan yang penulis hadapi dalam merampungi Skripsi. Penulis menyadari bahwa proses penulisan tidak dapat terselesaikan tanpa ada dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses perjalanan Akademik penulis maupun penyusunan Skripsi ini terutama

1. Dr. H. Arsyad Abdul Gani., M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dedy Iswanto, ST., MM Selaku Pembimbing I yang memperkenangkan waktu dan Ilmunya.
5. Bapak Ilham Zitri, S.IP., M.IP. Selaku Pembimbing II yang senantiasa sabar dalam membimbing

6. Seluruh Dosen Prodi Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan.

Mataram, 27 Des  
2021

Nurul Haidah



# **Dampak Sosial Media Terhadap Perkembangan UMKM Di Era Pandemi covid-19 (Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu)**

## **ABSTRAK**

*Pembimbing I Dedy Iswanto, ST., MM, Pembimbing II Ilham Zitri, S.IP., M.IP.*

*Penulis Nurul Haidah*

Media sosial merupakan bagian dari sistem hubungan, koneksi dan komunikasi. Berikut sikap yang harus kita bentuk terhadap peran, dan manfaat media sosial: Cara belajar, mendengarkan, dan berkomunikasi Pandemi covid-19 telah memberikan dampak negatif bagi UMKM yaitu 48 persen responden mengalami penjualan menurun. Dengan hadirnya media internet dan media social, akan sangat membantu mempermudah masyarakat kilo untuk kembali beraktivitas dalam memperbaiki perekonomian yang sedang goyah akibat pandemic covid-19. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi internet berperan penting dalam kemajuan dan kemajuan dalam dunia bisnis. Untuk mengetahui dampak positif dan dampak negatif sosial media terhadap perkembangan UMKM di era Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini adalah Dampak Media social terhadap perkembangan UMKM di Desa Malaju Kecamatan Kilo di Era pandemic Covid-19 yaitu terdapat dampak positif, yang dimana dengan adanya pandemic yang melanda tanah air ini, memberikan peluang besar bagi masyarakat terutama pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka melalui teknologi internet, dan menambah wawasan mereka yang tidak tahu menjadi dalam menggunakan teknologi internet khususnya di penggunaan media social.

*Kata Kunci: Media Sosial; UMKM; Covid-19*

**The Impact of Social Media on the Development of MSMEs in the Era of the  
Covid-19 Pandemic**

**(Case Study in Malaju Village, Kilo District, Dompu Regency)**

**First Consultant Dedy Iswanto, ST., MM. Second Consultant Ilham Zitri, SIP.,  
M.IP.**

**Researcher Nurul Haidah**

**ABSTRACT**


Social media is part of a system of relationships, connections and communication. The following is the attitude that we must form towards the role and benefits of social media: How to learn, listen, and communicate. The COVID-19 pandemic has had a negative impact on MSMEs, namely 48% of respondents experienced declining sales. With the presence of internet media and social media, it will greatly help make it easier for the kilo community to return to their activities in improving the economy, which is currently faltering due to the COVID-19 pandemic. It shows that internet technology plays an important role in progress and development in the business world. To find out the positive and negative impacts of social media on the development of MSMEs in the Covid-19 Pandemic era in Kilo District, Dompu Regency. The method used in this research is using a qualitative method. The findings of this study show that social media has a positive impact on the development of MSMEs in Malaju Village, Kilo District, during the Covid-19 pandemic era. There is a positive impact that pandemic provides a great opportunity for the community, particularly MSME actors, to develop their businesses through internet technology and to increase the insight of those who do not know how to use internet technology, particularly in the use of social media.

**Keywords:** Social Media; MSMEs; Covid-19.

MENGESAHKAN  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
PUSAT PENGEMBANGAN DAN PELAYANAN BAHAS  
P3B

KEPALA  
UPT P3B  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM



**Humaira, M.Pd**  
NIDN. 0803048601

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kajian Teori.....	18
2.2.1 Usaha, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	18
2.2.2 Pandemi Covid-19 .....	20
2.2.3 Media Sosial .....	21
2.2.4 Strategi Media Sosial .....	22
2.2.5 Dampak Media Sosial Terhadap UMKM.....	23
2.3 Kerangka Berpikir .....	27
2.4 Definisi Konseptual.....	29
2.5 Definisi Operasional.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Metode Penelitian.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Sumber Data .....</b>	<b>32</b>
3.3.1 Data Primer.....	33
3.3.2 Data Sekunder.....	33
<b>3.4 Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
3.4.1 Observasi .....	34
3.4.2 Wawancara.....	34
3.4.3 Dokumentasi .....	35
<b>3.5 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>35</b>
3.5.1 Reduksi Data.....	36
3.5.2 Penyajian Data .....	36
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	37

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.**

**4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....38**

4.1.1 Sejarah Desa Malaju .....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.2 Keadaan Umum Desa Malaju ....**Error! Bookmark not defined.**

4.1.3 Perekonomian Masyarakat Desa Malaju**Error! Bookmark not defined.**

4.1.4 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Malaju .....49

**4.2 Hasil Penelitian.....Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Dampak Sosial Media Terhadap Perkembangan UMKME**Error! Bookmark not de**

4.2.1.1 Sebagai alat komunikasi**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1.2 Sebagai wadah mencari informasi**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1.3 Sebagai Alat Interaksi Social**Error! Bookmark not defined.**

4.2.1.4 Sebagai bisnis online ...**Error! Bookmark not defined.**

4.2.2 Hambatan Dalam Penggunaan Media Sosial Terhadap Pelaku  
UMKM.....**Error! Bookmark not defined.**

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....Error! Bookmark not defined.**

5.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran.....72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 2. 2 Definisi Operasional .....	30
Tabel 3 1 Data Informan .....	33
Tabel 4. 1 Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jens kelamin tahun 2021 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Tingkat kesejahteraan keluarga Desa Malaju dan sebarannya pada tahun 2021 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3 Mata Pencaharian dan Jumlahnya .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4 Data Jumlah UMKM Desa Malaju Kecamatan Kilo Tahun 2021	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR GAMBAR

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	28
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Desa Malaju .....	49



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan media sosial modern semakin maju, dan sering digunakan oleh masyarakat umum, dari anak-anak hingga orang tua, dan tidak terlepas dari keberadaan media sosial. Menurut Wijayanto (2004), dalang utama yang aktif mendorong perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terutama berasal dari kalangan muda seperti mahasiswa. Kepemilikan media sosial tidak hanya terbatas pada kalangan menengah ke atas, yang memiliki akses internet yang cukup baik, dan juga berbagai perangkat yang sangat mendukung tidak terbatas pada usia, gender, suku, maupun sebagainya. Menurut Primack (2017), kebanyakan orang pada era digital mempunyai setidaknya satu maupun dua media sosial. Media sosial bisa dikatakan sebagai sarana komunikasi.

McLuhan dan Fiore (2001), di sisi lain, menggunakan ungkapan yang sangat terkenal “media is the message” untuk menunjukkan bahwa media merupakan pesan yang dapat merubah cara komunikasi, budaya dan bahasa komunikasi manusia. Para ahli percaya jika media sosial tidak saja mencakup berbagai platform media baru, namun juga bermacam-macam sistem seperti FriendFeed dan Facebook. Sistem ini biasanya disebut sebagai jejaring sosial karena pemilik bisa dengan mudah mengakses melalui gadget mereka kapan saja, di mana saja. Platform media sosial berupa Tiktok, Whatsaap, Facebook, Twitter, Instagram dan Telegram juga sangat beragam. Pada waktu yang

sama, Tiktok, Instagram, Facebook, Like, dan Snapchat berkembang dan diterima secara luas sebagai tren media sosial.

Terhitung sejak 11 Maret 2020, World Health Organization atau yang sering di sebut dengan WHO sudah resmi menyatakan virus corona sebagai pandemi. Deklarasi Pandemi didasarkan pada penyebaran epidemi yang tidak terkendali di berbagai belahan negara. WHO juga menyatakan bahwa virus corona ialah virus yang menginfeksi saluran pernapasan manusia. Infeksi virus disebut juga COVID 19. Virus corona menyebabkan penyakit seperti flu biasa dan penyakit yang sangat serius seperti MERSCoV atau Middle East Respiratory Syndrome dan SARSCoV atau severe acute respiratory syndrome hingga Covid19. Pemerintah Indonesia juga dapat melakukan batasan sosial besar (PSBB) di beberapa kota untuk mencegah virus. (berkas.dpr.go.id)

Juga tidak akan menyebar di kota lain lagi. Pembatasan tersebut meliputi kegiatan sekolah, penutupan kampus, telecommuting, pembatasan acara keagamaan, pembatasan fasilitas umum, pembatasan sosial budaya, pembatasan transportasi, dan pembatasan kegiatan lain yang bisa menyebabkan kemacetan jalan umum. Harus kita akui bahwa pandemi Covid-19 telah menurunkan daya beli masyarakat secara signifikan. Hal ini dikarenakan masyarakat umum telah mengurangi berbagai interaksi di luar ruangan dalam rangka menenangkan wabah pandemi saat ini.

Saat ini, banyak konsumen yang menjaga jarak juga beralih ke belanja digital maupun online. Selain pandemi dan pembatasan sosial yang meluas

(PSBB), penyebaran virus corona di berbagai belahan negara telah mempengaruhi perekonomian Indonesia dari sisi perdagangan, investasi maupun lainnya. Di industri pariwisata, banyak orang yang dibantai, banyak toko yang tutup, angkutan umum lokal yang dibatasi, dan penjualan UMKM yang menurun. Maka sebab itu, salah satu cara untuk menghidupkan kembali perekonomian adalah dengan memanfaatkan media sosial, perdagangan online berbagai jenis barang, bahkan pembeli tidak perlu pergi ke toko, mereka hanya tinggal di rumah dan menerima barang yang mereka pesan. (Detik.com)

Dampak media sosial di masa pandemi, media sosial saat ini sangat diperlukan karena sebagai tempat dimana masyarakat dapat meningkatkan keadaan ekonominya. Selama pandemi, perintah tetap di rumah akan mencegah pengecer menampilkan produk secara langsung (toko, pasar, dll.). Agar pengecer terus mempromosikan produknya, mereka perlu menggunakan media sosial sebagai pasar. Semua produk bisa dilihat dan dipesan melalui online. Kehadiran media sosial memungkinkan pembeli dengan cepat memenuhi permintaannya tanpa harus keluar rumah, dan pembeli hanya bisa duduk manis di rumah. Tentu saja, ini juga bisa berarti dompet Anda akan sangat cepat kosong. Kemudahan perdagangan dan harga promosi mengkonsumsi masyarakat. Keinginan untuk memenuhi keinginan berbelanja terus meningkat.

Manfaat media sosial, seperti meluasnya perkembangan situs media sosial, sudah memudahkan banyak orang di seluruh dunia sebagai berinteraksi satu sama lain. Dampak positif dari situs jejaring sosial yaitu percepatan

penyebaran informasi. Tetapi, media sosialpun mempunyai efek buruk seperti berkurangnya hubungan tatap muka, kecanduan yang berlebihan, moralitas, privasi, dan masalah moral dan hukum yang disebabkan oleh konten yang melanggar peraturan. Pengguna media sosial dapat mengambil tindakan, memainkan peran, dan membuat keputusan independen tentang konten media sosial kapan saja, di mana saja. Di lain sisi, kekuatan besar media sosial ini membawa harapan yang mencerahkan untuk masyarakat, namun di sisi lain, untuk berbagi, mempengaruhi dan memobilisasi kekuatan negatif, destruktif, teroris dan tidak manusiawi, juga sebagai ancaman ketika digunakan. (Detik.com).

Media sosial adalah sebagai sistem hubungan, koneksi dan komunikasi. diantaranya sikap yang harus kita bentuk terhadap peran, dan manfaat media sosial: Cara belajar, mendengarkan, dan berkomunikasi. Berbagai – macam aplikasi media sosial bisa masyarakat manfaatkan sebagai alat mempelajari berbagai informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Namun, media sosial juga menjadi sarana sebagai alat penyampaian segala informasi pada pihak lain. Konten pada media sosial berasal dari seluruh dunia, dengan budaya, sosial, ekonomi, kepercayaan, tradisi dan kecenderungan. Dengan demikian, diartikan secara positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang berkembang pesat. Dalam hal ini, pengguna media sosial harus memiliki pisau analisis yang kritis, tajam, refleksi mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, dan emosi yang terkontrol. (stp-mataram.e-journal)

Kecamatan kilo merupakan wilayah yang terletak di Kabupaten Dompu, bersama mayoritas masyarakat dalam mata pencahariannya yaitu s petani dan nelayan. Masyarakat kilo juga dikenal sebagai salah satu daerah yang terpencil di Kabupaten Dompu, dengan kulaitas pendidikan masyarakatnya masih banyak dibawah standar. Pada saat pandemic covid-19 yang melanda dunia dan dengan dikeluarkan oleh pemerintah pusat kebijakan mengenai bahaya covid-19 ini, banyak sekali masyarakat di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu yang mengeluh dan kesusahan untuk menafkahi kehidupan keluarganya masing-masing. Dengan adanya pandemic covid-19 ini, banyak sekali pertauran-peraturan yang membuat masyarakat susah untuk beraktivitas dan bekerja seperti biasa, oleh karena ketatnya peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, mulai dari larangan kerumunan sampai batasan untuk keluar rumah dan sampai batasan untuk berjualan, hal itulah yang membuat masyarakat kilo sedikit resah dan gelisah. Sehingga timbulah suatu solusi untuk membangun kembali perekonomian masyarakat kilo yang sedikit berkurang karena pandemic covid-19.

Pandemi Covid-19 berdampak negatif terhadap UMKM. Yakni 48% yang mengalami penurunan penjualan, 27,21% yang bermasalah bahan baku, 9,88% yang memiliki modal, dan 7,72% yang cacat produksi. Manufaktur terpengaruh dengan pangsa 41,57 persen. Pasalnya, kebijakan pembatasan sosial seperti WFH dan PSBB mengubah perilaku masyarakat baik dalam perilaku konsumtif. Oleh karena itu, UMKM perlu beradaptasi dengan pola

saat ini, misalnya melalui pemasaran digital dan produk-produk inovatif yang memenuhi tuntutan pasar. BPSRI. (2018). Kehadiran internet dan media sosial memungkinkan masyarakat Kilo untuk kembali melakukan upaya perbaikan ekonomi yang stagnan dengan lebih mudah dengan adanya pandemi COVID-19. Pertama, komunitas Kilo mulai membuat usaha kecil-kecilan dengan membangun usaha menggunakan media sosial. Hal ini berdampak positif bagi masyarakat disana. Dampak positifnya, keberadaan media sosial sebagai solusi bagi usaha mikro dan kecil dapat membuat komunitas Kilos, setidaknya yang awalnya kurang pengetahuan tentang media sosial, peka terhadap penggunaan media sosial yang benar. Bahkan kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan tersendiri karena hadirnya media sosial membuat langkah masyarakat sedikit lebih mudah untuk mencari keuntungan ekonom ini menunjukkan bahwa teknologi internet memainkan peran penting dalam pengelolaan dan kemajuan di dunia bisnis.

Perusahaan yang menggunakan Internet untuk mengiklankan produk yang sering disebut sebagai perusahaan perusahaan atau disebut perusahaan sosial. Sejauh ini, perusahaan sosial tampaknya seperti minat Internet, berarti bahwa perusahaan sosial berada di pasar yang solid, dan ada kemungkinan bahwa mungkin akan bertahan itu bukan pola yang bermakna. Bahkan, bahkan usaha ekologis atau kecil perlu memiliki ide iklan besar, banyak pembeli, terutama bahkan jika transaksi diperluas, mereka harus dikembangkan pada dunia bisnis sosial dalam skala persaingan yang diasumsikan itu Dengan memajukan produk Anda dengan memajukan produk Anda ke media berbasis



internet, kami akan melanjutkan dengan media berbasis internet untuk mengetahui konsumen Internet dan melihat pembeli.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “Dampak Sosial Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM Di Era Pandemi covid-19 (Studi Kasus Di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu

### **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan suatu permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Dampak Positif dan Dampak Negatif Sosial Media terhadap perkembangan UMKM di era Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu?
2. Apakah Hambatan dalam penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM di era Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan utama dalam penelitian ini adalah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak positif dan dampak negatif sosial media terhadap perkembangan UMKM di era Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu

2. Untuk Mengetahui Hambatan dalam penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM di era Pandemic Covid-19 di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai dampak positif dan negatif media sosial terhadap perkembangan UMKM pada masa pandemi COVID-19 di kabupaten Kilo khususnya dalam bidang administrasi bisnis. Kabupaten Don. Bagi masyarakat sebagai tambahan pengetahuan tentang pentingnya menggunakan media sosial secara benar dan benar di era pandemi Covid19.

Bagi masyarakat sebagai tambahan pengetahuan tentang pentingnya cara penggunaan media social yang dan benar di era pandemic covid-19 tersebut

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan penelitian sebelumnya dengan topik yang sama untuk mendukung kualitas penelitian mereka. Hal ini dikarenakan peneliti mengetahui bahwa literature review berperan dalam menentukan tujuan dan alat penelitian dengan memilih konsep yang tepat dalam setiap proyek penelitian. Tinjauan pustaka digunakan sebagai kerangka dasar untuk analisis yang diselidiki, sehingga pada dasarnya memiliki fungsi hubungan yang digunakan untuk menggambarkan gejala atau masalah yang diselidiki. Bagian ini memberikan informasi sistematis tentang apa yang diselidiki dalam penelitian ini, tetapi survei sejauh ini adalah sebagai berikut

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No.	1
Nama/judul penelitian	Siti Aisyah (2020) “Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Srategi EMarketing UMKM di Indonesia.
Metode Penelitian	Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian berbagai strategi dilakukan oleh UMKM di Indonesia salah satunya yaitu strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce. Strategi e-marketing dinilai dapat membantu UMKM dalam kegiatan pemasaran

	<p>dan memperluas pasar ditengah covid-19. Pemanfaatan social media oleh pelaku UMKM sangat berpotensi mempermudah kegiatan pemasaran dan komunikasi UMKM kepada konsumen. Social media dapat dijadikan sebagai media promosi, ecatalogue dan berkomunikasi antara pedagang dengan konsumennya.</p>
<p>Persamaan dan Perbedaan</p>	<p>Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif</p> <p>Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada objek kajiannya, penelitian terdahulu mengarah strategi pengembangan UMKM sedangkan penelitian sekarang mengarah ke Media social</p>
	<p>2</p>
<p>Muhammad Fitrah Alghozi (2021)</p>	<p>“Strategi Bertahan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 Menggunakan Metode Swot (Studi Kasus Pada Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang di Kecamatan Kemuning)”.</p>
<p>Metode penelitian</p>	<p>Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebaran UMKM kota Palembang yang terdampak pandemi masih cukup besar dan terus tumbuh dan berkembang karena UMKM kota Palembang</p>

	<p>terus membangun strategi bertahan untuk pemenuhan kebutuhan. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa srategi bertahan UMKM dimasa pandemic covid-19 dengan metode SWOT adalah menggunakan E-commerce, digital marketing, perbaikan kualitas produk dan pelayanan, dan customer relationship Marketing (CRM). Berasarkan teman penelitian dengan menerapkan strategi ini UMKM mampu bertahan di tengah pandemi covid-19 yang sedang melanda Indonesia bahkan dunia</p>
Persamaan dan perbedaan	<p>Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif</p> <p>Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada objek kajiannya, penelitian terdahulu mengarah Strategi Bertahan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 sedangkan penelitian sekarang mengarah ke dampak media social di era pandemic covid-19</p>
No.	3
Nama/judul Penelitian	<p>Heppyan Indra Saputra Tahun 2021. Analisis Strategi Pemasaran (Media Sosial) Pada Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Era Covid-19 (Studi Kasus Di Cv Tri Utami Jaya).</p>
Metode	Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Penelitian	menggunakan metode deskriptif kualitatif
Hasil Penelitian	<p>Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CV Tri Utami Jaya merupakan salah satu UMKM yang masih bertahan pada masa pandemi ini dengan memanfaatkan media sosial sebagai strategi pada masa pandemi covid-19 ini. Adapun Strategi yang dilakukan oleh CV Tri Utami Jaya untuk bertahan pada masa pandemi covid-19 adalah melakukan pemasaran melalui media sosial, promosi melalui media sosial dan kualitas produk dan pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dengan menggunakan strategi pemasaran melalui media sosial CV Tri Utami Jaya dapat bertahan di era covid-19.</p>
Persamaan dan perbedaan	<p>Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada objek kajiannya, penelitian terdahulu mengarah Strategi Pemasaran (Media Sosial) Pada Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Era Covid-19 sedangkan penelitian sekarang mengarah ke dampak media sosial di era pandemic covid-19</p>
	4
Nama/Judul Penelitian	Novita Risnawati 2021 Peran Media Sosial Dimasa Pandemi untuk Kemajuan Perekonomian Di Masyarakat.

Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode literatur review
Hasil Penelitian	Media sosial adalah sebuah media online, dan penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu tidak lagi menjadi masalah, lebih mudah untuk mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat, dan biaya lebih murah. Meskipun dampak negatif dari media sosial adalah membuat orang tetap dekat dan sebaliknya, interaksi tatap muka cenderung menurun, membuat orang kecanduan internet, menyebabkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk dari orang lain. Namun dimasa pandemi ini, media sosial sangat dibutuhkan karena bisa digunakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat yaitu dengan cara berbisnis online.
Persamaan dan Perbedaan	Adapun persamaan antara peneltian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah, sama-sama meneliti tentang media social  Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada penggunaan metode penelitiannya.
No	5

Nama/Judul Penelitian	Pujianti 2020, Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil, Dan Menengah
Metode Penelitian	Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Kualitatif.
Hasil Penelitian	<p>Dampak Wabah Covid-19 Kepada Perekonomian Dialami Oleh Seluruh Negara Di Dunia Termasuk Di Indonesia Mengalami Dampak Perekonomian Yang Begitu Besar. UMKM Dalam Hal Ini Menjadi Bagian Yang Sangat Terpujul Dalam Krisis Ini, Memperhatikan Kontribusi UMKM Terhadap Jumlah Unit Usaha, Sumbangan PBD, Serapan Tenaga Kerja, Ekspor Dan Investasi Terhadap Perekonomian Yang Berada Di Indonesia Yang Sangat Besar. Kebijakan pemerintah juga dibagi dalam berabagai strategi jangka pendek, menengah, dan jangka panjang, antara lain pada jangka pendek dan mendesak, pemerintah berfokus kepada pengurangan penambahan korban jiwa Covid-19 dengan penekanan pada stimulus sector kesehatan dan bantuan kesejahteraan bagi rakyat yang terdampak dan untuk kebijakan jangka menengah, diantaranya memastikan dunia usaha untuk beroperasi. menjaga kesinmabungan sekktor logistic dan mendorong kemandirian industry alat kesehatan, sedangkan strategi jangka panjang difokuskan pada pengenalan dan penggunaan teknologi digital bagi UMKM sekaligus persiapan</p>



	memasuki era industry.
Perbedaan dan persamaan	Adapun persamaan antara peneltian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif  Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada objek penelitiannya.
No	6
Nama/Judul Penelitian	Widiyanto Hadi Tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM di Kartasura Surakarta
Metode Penelitian	Adapun penggunaan metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan tehknik pengumpulan data dengan cara wawancara terstruktur.
Hasil Penelitian	Penelitian Ini Menyimpulkan Bahwa UMKM Yang Diobeservasi Telah Menggunakan Media Social Dalam Perusahaanya. Media Social Yang Digunakan Adalah, Facebook, Twiter Dan Intagram. Bagi sebagian besar UMKM manfaat penggunaan media sosail adalah untuk komunikasi personal dengan konsumen, pemasaran dan iklan, mendata kebutuhan konsumen, memberikan respon kepada konsumen membantu pengambilan keputusan dan sebagai forum diskusi dengan konsumen.
Perbedaan dan	Adapun persamaan antara peneltian terdahulu dengan

Persamaan	<p>penelitian sekarang adalah, sama-sama meneliti tentang media social</p> <p>Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada penggunaan objek penelitiannya.</p>
No.	7
Nama/judul penelitian	Dewi Untari 2021 Dengan Judul Strategi Dan Pemanfaatan Media Sosial Usaha Kecil Dan Menengah (Umkm) Bertahan Di Tengah Pandemi Covid-19
Metode Penelitian	penelitian ini metode jenis pendekatan yang digunakan dengan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif
Hasil Penelitian	<p>Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa resto meatandmeet di tengah pandemi covid-19 ini berusaha dengan berbagai cara meatandmeet sangat kreatif dan inovatif teknologi yang digunakan sangat menarik dengan memanfaatkan teknologi media sosial melalui Instagram di mana akun Instagram meatandmeet memiliki banyak pengikut dan banyak hasil- hasil dari konsumen sebelumnya yaitu testimoni dari tiga menu yang ditawarkan pada resto meatandmeet. Upaya lain yang dilakukan resto meatandmeet adalah memberikan home service delivery dimana konsumen diberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan, konsumen tidak harus memikirkan peralatan untuk bisa</p>

	<p>berkumpul menikmati makanan yang sedang tren saat ini yaitu resto meatandmeet menawarkan berbagai pilihan menu terutama yang paling diminati adalah menu paket BBQ dan Shabu yang komplit. Di dalam paket menu paket BBQ dan Shabu tersebut di keterangan hanya untuk empat orang saja namun setelah melakukan pemesanan menu tersebut bisa dinikmati untuk lebih dari sepuluh orang maka harga yang ditawarkan pada resto meatandmeet sangat relatif murah dan tetap dapat menikmati masakan menu BBQ dan shabu tanpa harus datang ke resto jadi bisa menghindari kumpulan banyak orang dan mengikuti peraturan pemerintah untuk berdiam diri dirumah namun tetap bisa menikmati masakan BBQ dan shabu dirumah</p>
<p>Perbedaan dan persamaan</p>	<p>Adapun persamaan antara peneltian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah, sama-sama meneliti tentang media social</p> <p>Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terlihat pada penggunaan objek penelitiannya.</p>

*Sumber : Skripsi dan Jurnal Mahasiswa dari tahun 2020-2021*

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Usaha, Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Pengertian UMKM menurut Biro Koperasi dan UMKM AUFAR (2014: 8): Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah suatu badan usaha dengan kekayaan bersih kurang dari Rp. 200.000.000, penjualan tahunan adalah Rp, tidak termasuk tanah dan bangunan untuk tempat usaha. Tidak melebihi 1.000.000.000. Sedangkan usaha kecil dan menengah (UKM) adalah usaha yang kekayaan bersihnya dimiliki oleh warga negara Indonesia melebihi Rp. Mulai dari Rp200.000.000 sampai dengan Rp10.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan. Pengertian UMKM disebutkan oleh Bank Indonesia dalam AUFAR (2014: 9): Badan produktif adalah penduduk Indonesia sebagai satu kesatuan, sebagai badan yang bukan badan hukum, atau sebagai koperasi. badan hukum. Memang, tidak ada anak perusahaan atau cabang yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, mengelola, atau berafiliasi dengan perusahaan menengah atau besar. Tidak termasuk luas dan bangunan, total aset adalah Rp. Tidak melebihi 200.000.000 atau melakukan transaksi selanjutnya yang terhitung Rp. 200 juta rupiah per tahun, perusahaan menengah adalah perusahaan dengan standar sumber daya tetap skala yang diakui, termasuk perusahaan perakitan (200 juta rupiah sampai dengan 500 juta rupiah) dan perusahaan non-perakitan (200 juta rupiah sampai dengan 600 juta rupiah).

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa UMKM adalah suatu perusahaan yang dimiliki oleh unit-unit usaha perseorangan yang bukan merupakan bagian dari pembantu atau perusahaan lain, dan aturan kepemilikan

modal usaha tunduk pada batasan-batasan tertentu. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) , perusahaan independen adalah perusahaan dengan 5 hingga 19 karyawan, dan usaha kecil dan menengah adalah perusahaan dengan 20 hingga 99 karyawan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), ditegaskan bahwa pengertian UMKM adalah sebagai berikut:.

Menurut badan pusat statistik (BPS), usaha mandiri adalah perusahaan yang memiliki tenaga kerja 5 hingga 19 orang, sedangkan perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki tenaga kerja 20 hingga 99 orang. Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), ditegaskan bahwa arti penting UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha bermanfaat yang diklaim oleh perorangan dan ditambah dengan satu kesatuan yang memenuhi standar usaha mikro yang berlaku dalam undang-undang ini. Miniatures Store diatur memiliki sumber daya terbesar Rp 50 juta dan penjualan Rp 300 juta.
- b. B. UKM adalah usaha bermanfaat yang tetap sepi dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan yang secara langsung atau tidak langsung merupakan bagian dari pembantu atau usaha dari usaha menengah atau usaha besar. .. Itu memenuhi sedikit standar bisnis, sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Model sumber daya perusahaan independen Rp 50-500 juta dan penjualan Rp 300-2,5 miliar.

- c. Perusahaan menengah adalah perusahaan keuangan yang berguna yang tetap terisolasi dan diselesaikan oleh individu atau entitas yang bukan individu atau entitas. Anak perusahaan atau bagian darinya dimiliki, dikendalikan, atau secara langsung atau tidak langsung menjadi bagian dari perusahaan swasta atau besar. Semua dana bersih atau bisnis dengan transaksi tahunan akan terus mematuhi undang-undang ini. Model sumber daya untuk usaha menengah berkisar antara Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar, dan penjualan berkisar antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

### **2.2.2 Pandemi Covid-19**

Pandemi Covid19 adalah penyebaran global Penyakit Coronavirus 2019 (Coronavirus Disease 2019, disingkat Covid19) di semua negara. Wabah Covid19 pertama kali terdeteksi di Wuhan, Provinsi Hubei, China pada 1 Desember 2019, dan diklasifikasikan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020. Pada 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 kasus telah dilaporkan di lebih dari 219 negara dan wilayah di seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 1.301.021 kematian dan lebih dari 34.394.214 pemulihan. Akibat pandemi ini, berbagai kebijakan telah dilakukan untuk memutus mata rantai penyebaran wabah COVID-19. Secara umum, Covid-19 merupakan jenis penyakit baru yang belum teridentifikasi pada manusia. Tanda dan gejala umum pada orang dengan COVID-19 meliputi: Gejala sesak napas akut seperti demam, batuk, dan sesak napas. Epidemologi virus corona pada

awalnya berdampak besar pada perekonomian dunia, kemudian mulai menyusut, dan masyarakat merasakan dampaknya

Pandemi ini menimbulkan berbagai masalah seperti masalah ekonomi. Pandemi ini menyebabkan kelumpuhan ekonomi di seluruh dunia, terutama di Indonesia sendiri. Salah satu kelumpuhan keuangan tersebut terletak pada sektor UMKM. Mengingat UMKM merupakan salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia yang banyak menyerap tenaga kerja, maka penurunan omset pendapatan pelaku ekonomi menjadi isu yang mendesak untuk segera ditangani.

Pandemi ini telah menyebabkan berbagai masalah, seperti halnya permasalahan ekonomi. Pasalnya pandemi ini telah menyebabkan kelumpuhan ekonomi di dunia, Khususnya di Indonesia sendiri. Kelumpuhan ekonomi ini salah satunya disektor UMKM. Penurunan omset pendapatan yang dialami para pelaku usaha menjadi problem yang harus segera diatasi mengingat UMKM sendiri merupakan salah satu penggerak Perekonomian Indonesia yang banyak menyerap tenaga kerja.

### **2.2.3 Media Sosial**

Media berbasis internet adalah alat untuk mengirimkan data dari satu individu ke individu lain, atau sekelompok individu, dalam rangka mencapai satu tujuan dan tujuan bersama. Secara keseluruhan, seperti yang dikatakan Nasrulla dalam Media Sosial ini (2016: 8),

“Media sosial dapat dilihat dalam evolusi hubungan antara manusia dan media gadget.” Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah

dalam bukunya Social Media (2016:11), “Media berbasis internet adalah platform media yang menekankan pada kehadiran konsumen yang bekerja sama dalam pendidikan dan kolaborasi. , Dapat dikatakan sebagai media sosial (perantara) yang hanya mempererat hubungan antar konsumen sebagai ikatan sosial

Dalam dunia bisnis di era globalisasi, dua produk dan produk sumber daya manusia dapat memanfaatkan kemajuan teknologi data. Media berbasis internet merupakan hasil teknologi data yang menawarkan manfaat ideal bagi para pelaku bisnis. Media berbasis internet memungkinkan para pebisnis untuk memperjelas detail produk, kualitas, dan harga, memberikan kebebasan lebih kepada pembeli untuk memilih apa yang mereka butuhkan sesuai dengan kemampuannya (Purbohastuti, 2017: 212231). .. Para ahli sepakat bahwa keberadaan media sosial sebagai sarana pembuatan iklan memberikan informasi kepada pelanggan tentang tujuan produk yang mereka beli (Widyaningrum, 2016: 230257). Sebagai efek samping dari studi observasional yang dipimpin oleh Grandon dan Pearson (2004), dapat dikatakan bahwa e-business atau bisnis online sangat bermanfaat dan menguntungkan

#### **2.2.4 Strategi Media Sosial**

Menurut Yulianita dan Leksono (2011), ada lima strategi yang harus diikuti untuk keberhasilan penggunaan media sosial. Kelima tahapan tersebut adalah:



1. Analisis media yang digunakan dan yang sedang digunakan. Fase ini melibatkan peninjauan rencana pemasaran, strategi, dan implementasi strategi pemasaran dan komunikasi korporat.
2. Trinitas Media Sosial. Pada fase ini, kita akan fokus pada tiga kategori media sosial yang paling penting dan mengabaikan yang lainnya. Tiga kategori tersebut adalah blogging, microblogging, dan jejaring sosial.
3. Strategi integrasi. Tahap dimana Social Media Trinity diintegrasikan ke dalam strategi dan rencana untuk melakukan pemasaran dan komunikasi korporat untuk mencapai hasil yang maksimal.
4. Strategi integrasi. Tahap di mana trinitas media sosial diintegrasikan ke dalam strategi dan rencana untuk melakukan pemasaran dan komunikasi korporat untuk mencapai hasil yang maksimal.
5. Pemasangan dan pengukuran. Tahap terakhir adalah implementasi dan pengukuran strategi yang telah disiapkan dan direncanakan.

Pengukuran keberhasilan ini hampir selalu merupakan fase yang ditinggalkan atau dilupakan untuk menjadi sebuah implementasi dan pengukuran. Tahap terakhir adalah implementasi dan pengukuran strategi yang telah disiapkan dan direncanakan. Ukuran keberhasilan ini salah satunya karena merupakan fase yang paling sering diabaikan atau dilupakan.

### **2.2.5 Dampak Media Sosial Terhadap UMKM**

Dampak media sosial di masa pandemi, media sosial saat ini paling dibutuhkan karena menjadi tempat dimana masyarakat dapat

meningkatkan keadaan ekonominya. Selama pandemi, perintah tetap di rumah akan mencegah pengecer menampilkan produk secara langsung (toko, pasar, dll.). Agar pengecer terus mempromosikan produknya, mereka perlu menggunakan media sosial sebagai pasar. Semua produk dapat dilihat dan dipesan secara online.

Kehadiran media sosial memungkinkan pembeli dengan cepat memenuhi permintaannya tanpa harus keluar rumah, dan pembeli hanya perlu duduk manis di rumah. Tentu saja, ini juga bisa berarti dompet Anda akan lebih cepat kosong. Kemudahan perdagangan dan harga promosi mengkonsumsi masyarakat. Keinginan untuk memenuhi keinginan berbelanja terus meningkat. Mengutip karya Chayapa dan Cheng Lu, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan belanja online seseorang. Faktor ini sangat penting mengingat kebanyakan orang berusaha menghindari kemacetan saat berbelanja di mal. Oleh karena itu, memilih belanja online menjadi pilihan baru yang bisa membuatnya lebih efektif. Semua informasi. Ketersediaan produk dan layanan. Hanya dengan mengunjungi website, Anda dapat dengan cepat mengetahui persediaan produk Anda tanpa harus pergi ke toko. Efisiensi biaya dan waktu.

Di era pandemi ini, kebutuhan paling mendasar adalah bersosialisasi atau berkomunikasi. Kehadiran media sosial bisa sangat membantu siapa saja jika kebijakan pemerintah (seperti PSBB saat ini) menjadi kendala bagi setiap orang untuk menjalin interaksi secara langsung. Media sosial menawarkan kemampuan obrolan, panggilan, dan

panggilan video sehingga Anda dapat tetap terhubung dengan orang lain. Media sosial juga menjadi tempat berbagi informasi. Media sosial adalah sumber ilmu. Berdasarkan penggunaan oleh Whiting dan Williams (2013), ada tujuh kategori alasan menggunakan media sosial. (2) Di mana mencari informasi. (3) Sebagai interaksi sosial. (4) Tonton video atau musik untuk hiburan atau relaksasi. (5) Pengisi rekreasi; (6) Sebagai pengisi waktu luang. (7) Bisnis online

Manfaat media sosial, seperti meluasnya perkembangan situs media sosial, telah memudahkan banyak orang di seluruh dunia untuk berinteraksi satu sama lain. Dampak positif dari situs jejaring sosial adalah percepatan penyebaran informasi. Namun, media sosial juga memiliki dampak buruk seperti berkurangnya hubungan tatap muka, kecanduan yang berlebihan, moralitas, privasi, dan masalah moral dan hukum yang disebabkan oleh konten yang melanggar peraturan. Pengguna media sosial dapat mengambil tindakan, memainkan peran, dan membuat keputusan independen tentang konten media sosial kapan saja, di mana saja. Di satu sisi, kekuatan besar media sosial ini membawa harapan yang mencerahkan bagi masyarakat, tetapi di sisi lain, untuk berbagi, mempengaruhi dan memobilisasi kekuatan negatif, destruktif, teroris dan tidak manusiawi, juga merupakan ancaman ketika digunakan. Media sosial adalah bagian dari sistem hubungan, koneksi dan komunikasi. Sikap yang harus kita kembangkan terhadap peran dan manfaat media sosial adalah: Cara belajar, mendengarkan, dan berkomunikasi. Anda dapat menggunakan

aplikasi media sosial yang berbeda untuk mencari tahu tentang berbagai informasi, data, dan masalah yang dikandungnya. Di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana penyebaran berbagai informasi kepada orang lain. Konten media sosial dikumpulkan dari seluruh dunia, termasuk budaya, sosial, ekonomi, kepercayaan, tradisi, dan tren. Jadi, dalam arti positif, media sosial sebenarnya adalah ensiklopedia global yang berkembang pesat.

Dalam konteks ini, pengguna media sosial membutuhkan alat analisis yang kritis dan tajam, penyesalan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan, dan emosi yang terkendali. Pilihan dokumentasi, manajemen dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya adalah tempat penyimpanan dan dokumen konten mulai dari profil, informasi, laporan kejadian, format rekaman acara hingga hasil penelitian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan individu menggunakannya dengan menetapkan pedoman penggunaan media sosial dan pelatihan untuk semua karyawan agar dapat memaksimalkan kemampuan media sosial sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Apa yang dapat Anda lakukan dengan media sosial adalah membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini ke dalam perusahaan Anda, mendistribusikan konten yang relevan kepada audiens target Anda, dan menggunakan media sosial sesuai dengan efisiensi, tujuan, dan efektivitas operasi organisasi Anda.

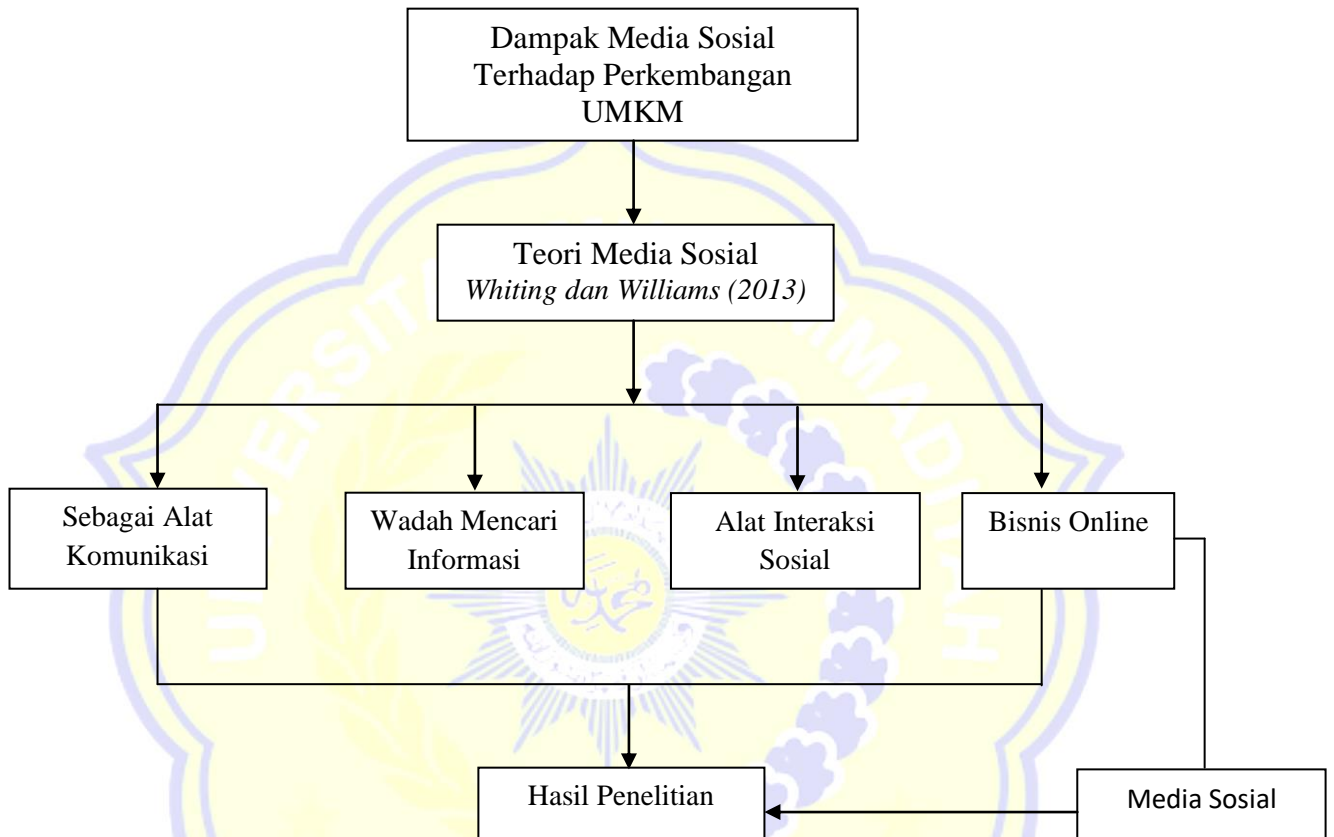
## 2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Pasal 1 Pasal 20 Undang-Undang Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau satu kesatuan usaha yang memenuhi standar usaha mikro yang ditetapkan undang-undang. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat berkontribusi terhadap pengurangan angka pengangguran. Hal ini dikarenakan perkembangan pelaku ekonomi Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Bagaimanapun, usaha mikro dan kecil adalah bagian penting dari perekonomian negara. Pandemi Covid19 pertama kali terjadi di Indonesia pada Maret 2020 (Pitaloka, Al Umar, Hartati dan Fitria, 2020). Tentu saja pandemi ini memberikan dampak yang sangat besar bagi para pelaku UMKM, sehingga membuat mereka tidak bisa beraktivitas seperti biasa. Setelah itu, pandemi ini akan menyebabkan banyak UMK menutup usahanya atau menghentikan sementara kegiatannya. Mengingat UMKM merupakan salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia dan menyerap tenaga kerja yang besar, maka penurunan tingkat pendapatan pelaku ekonomi merupakan masalah yang perlu segera ditangani.

Dengan keadaan dunia yang menganut era teknologi maju yang dikenal dengan era Revolusi Industri 4.0 di tengah wabah global saat ini, teknologi diharapkan mendominasi semua aspek kehidupan manusia di era ini, termasuk dunia bisnis. Hal ini ditandai dengan bergesernya akses masyarakat terhadap informasi dari media tradisional seperti televisi, surat kabar dan radio ke media sosial (social media). Dalam melakukan

penelitian ini, peneliti mengacu pada kerangka berpikir yang dirangkum sebagai berikut.

### Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah Oleh Peneliti

## 2.4 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dimaksudkan untuk menjelaskan fokus penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Studi ini berfokus pada:

1. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Pengertian UMKM disebutkan oleh Bank Indonesia dalam Aufer (2014: 9): Badan produktif adalah penduduk Indonesia sebagai satu kesatuan, sebagai badan yang bukan badan hukum, atau sebagai koperasi. badan hukum. Memang, tidak ada anak perusahaan atau cabang yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, mengelola, atau berafiliasi dengan perusahaan menengah atau besar.

pandemi Covid19 Pandemi Covid19 adalah peristiwa penyebaran Coronavirus Disease 2019 (Coronavirus Disease 2019, disingkat Covid19) ke seluruh negara di dunia.

2. Wabah Covid19 pertama kali terdeteksi di Wuhan, Provinsi Hubei, China pada 1 Desember 2019, dan diklasifikasikan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret

3. media sosial Media berbasis internet adalah alat untuk mengirimkan data dari satu individu ke individu lain, atau sekelompok individu, dalam rangka mencapai satu tujuan dan tujuan bersama.

## 2.5 Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan dengan tepat bagaimana suatu konsep akan di ukur, dan bagaimana pekerjaan penelitian harus di lakukan (Morrison, Andy Corry W, Farid Hamid U, 2010 : 76)

**Tabel 2. 2 Definisi Operasional**

No.	Variabel	Indicator	Sub Indikator
1.	Media Sosial	1. Sebagai Alat Komunikasi	Mendorong kemandirian dalam masyarakat
		2. Wadah Mencari Informasi	
		3. Alat Interaksi Sosial	Menambah Pengetahuan Masyarakat tentang Teknologi
		4. Bisnis Online	

*Sumber : Diolah Oleh Peneliti*



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sugishirono (2015) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai metode penelitian untuk mempelajari keadaan objek alam. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi post-positivity, peneliti adalah sarana utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara kombinasi, dan analisis data bersifat induktif atau kualitatif, digunakan untuk mempelajari keadaan objek alam. yang menarik, hasil penelitian menekankan pentingnya di atas generalisasi. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan apa yang sedang terjadi sekarang dan masa lalu. Ubah variabel yang ada, tetapi gambarkan atau jelaskan kondisinya apa adanya. Dengan cara ini Anda dapat menjelaskan dan menjelaskan sesuatu dan mengkategorikannya untuk menarik kesimpulan. Metode ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang “Dampak Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM di Era Pandemi Covid19 (Studi Kasus di Regense Domp, Kecamatan Kilo, Desa Malaju

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Survei ini dilakukan di desa Maraju di distrik Kilo. Kecamatan Dompus. Desa Maraju merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Kilo provinsi Dompus. Peneliti memilih lokasi atau wilayah ini untuk penelitiannya karena masyarakat Kilo menghadapi banyak tantangan tahun lalu, terutama dalam mengembangkan usaha mikro dan kecil dengan menggunakan media sosial. Oleh karena itu, peneliti melakukan survei di Desa Maraju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompus

### **3.3 Sumber Data**

sumber data penelitian diselaraskan dengan fokus dan tujuan penelitian. Penelitian kualitatif memilih sampel dan sumber data serta mengutamakan perspektif Emic. Dengan kata lain, ini tentang sudut pandang informan, yaitu bagaimana informan melihat dan menafsirkan dunia dari sudut pandangnya sendiri. Peneliti tidak bisa memaksakan kehendak untuk mendapatkan data yang mereka butuhkan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, dimana peneliti menggunakan target sampling dan snowball sampling sebagai metode pengambilan sampel. Target sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu

Data sekunder adalah data dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya, yang terdiri dari dokumen resmi dari instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa penggunaan data sekunder ini untuk

memperkuat dan melengkapi bukti yang dikumpulkan melalui jurnal, buletin, lampiran, temuan, observasi, dan wawancara.

### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data utama yang diperoleh oleh peneliti dengan cara melakukan observasi langsung pada lokasi penelitian dan tempat di Desa Malaju Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu dan mengamati tindakan informan serta mewawancarai masyarakat di Kecamatan Kilo Kabupaten Dompu. Berikut beberapa responden yang nantinya akan diharapkan dapat memberikan data yang diperlukan, antara lain :

**Tabel 3 1 Data Informan**

No.	Informan	Jumlah Informan
1	Pemilik Usaha Mikro Kecil Desa Malaju	6 orang
2	Tokoh Masyarakat	2 orang
4	Aparatur Pemerintah Desa	1 orang
	<b>Jumlah</b>	<b>9 Orang</b>

*Sumber: Diasah Oleh Peneliti*

### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data dari sumber bacaan dan berbagai sumber lainnya, yang terdiri dari dokumen resmi dari instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa penggunaan data sekunder ini untuk

memperkuat dan melengkapi bukti yang dikumpulkan melalui jurnal, buletin, lampiran, temuan, observasi, dan wawancara

### **3.4 Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### **3.4.1 Observasi**

Imam Gunawan (2016: 143) Observasi adalah metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mengamati secara dekat kegiatan dan mencatat fenomena yang diteliti. Dalam pendekatan ini, peneliti mengamati secara detail dan akurat dampak media sosial terhadap perkembangan UMKM di era pandemi COVID-19. Studi kasus di Kabupaten Don, Kecamatan Kilo, Desa Malaju

#### **3.4.2 Wawancara**

Wawancara adalah pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan pendapat melalui tanya jawab, memperoleh informasi baru, dan mengembangkan informasi awal. Dalam penelitian ini, jika peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara, mereka akan lebih leluasa menggunakan wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini berbentuk pertanyaan rinci

### **3.4.3 Dokumentasi**

Imam Gunawan (2016: 178). Dokumen adalah sumber data yang melengkapi data penelitian dan baik berupa sumber tertulis, gambar, maupun karya lain yang memberikan segala informasi tentang proses penelitian. Keuntungan dari metode ini adalah peneliti dapat mengintegrasikan data setelah penelitian dan peneliti tidak dapat mengutak-atik dokumen hasil penelitian jika dilampirkan format yang konkret. Dokumen yang dihasilkan peneliti berupa foto, catatan, dan data terkait dampak media sosial terhadap perkembangan UMKM di era pandemi Covid-19. Studi kasus di Kabupaten Don, Kecamatan Kilo, Desa Maraju

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2018:224), “Analisis data adalah mencari dan merangkai secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen, mengorganisasikan data ke dalam kategori-kategori, memecahnya menjadi unit-unit, dan mensintesisnya. Merupakan proses pemolaan menjadi sesuatu yang penting. Apa yang harus diselidiki dan ditarik kesimpulannya agar Anda dan orang lain dapat dengan mudah memahaminya.” Berdasarkan pemahaman di atas, peneliti menggunakan analisis kualitatif induktif untuk menganalisis temuan penelitian ini. Analisis induktif adalah analisis data yang hasil penelitiannya mungkin muncul dari situasi tertentu, subjek yang dominan dan penting dalam data, tanpa mengabaikan apa yang dihasilkan dari struktur biologis (Lexy J.

Moleong, 2007: 297). Oleh karena itu, metode ini sangat cocok untuk menganalisis secara sistematis data yang diterima oleh peneliti di bidang ini. Singkatnya, metode ini digunakan untuk mengelola data yang dimulai dengan jenis gejala tertentu, dan kemudian dijelaskan dalam kesimpulan umum. Nantinya dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari lapangan akan dibandingkan. Kemudian menganalisisnya untuk menarik kesimpulan secara rinci. Untuk menganalisis data survei:

### **3.5.1 Reduksi Data**

Jumlah data yang diperoleh dari lapangan sangat banyak sehingga perlu dikumpulkan secara cermat dan rinci. Oleh karena itu, diperlukan analisis data segera dengan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih kebutuhan, memfokuskan pada kebutuhan, dan mencari tema dan pola. Oleh karena itu, data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan lebih banyak data dan mencarinya sesuai kebutuhan. Perangkat elektronik seperti komputer mini dapat mendukung reduksi data dengan menyediakan kode untuk aspek tertentu.

### **3.5.2 Penyajian Data**

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa penjelasan singkat, bagian, hubungan antar kategori, diagram alur, dan sebagainya. Dalam hal ini, Miles dan Huberman (1984) menemukan bahwa teks yang

paling umum digunakan untuk merepresentasikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.

### **3.5.3 Penarikan Kesimpulan**

Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan wawasan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Kognisi ini dapat berupa deskripsi atau penjelasan objek yang sebelumnya tidak jelas, sehingga setelah dipertimbangkan dengan cermat, mungkin merupakan hubungan, hipotesis, atau teori yang tidak disengaja atau interaktif, menjadi jelas bahwa ada (Sugiyono, 2018).

