**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL vi**

**DAFTAR GAMBAR viii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Batasan Masalah 5

1.4. Rumusan Masalah 6

1.5. Tujuan Penelitian 6

1.6. Manfaat Penelitian 7

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9**

2.1. *Digital Marketing* 9

 2.1.1. Pengertian *Digital Marketing* 9

 2.1.2. Manfaat *Digital Marketing* 11

 2.1.3. Jenis-Jenis *Digital Marketing* 15

 2.1.4. Strategi *Digital Marketing* 18

 2.1.5. Keunggulan *Digital Marketing* 21

 2.1.6. Kelemahan *Digital Marketing* 23

 2.1.7. Indikator *Digital Marketing* 25

2.2. UMKM 26

 2.2.1. Pengertian UMKM 26

 2.2.2. Kriteria-Kriteria UMKM 27

 2.2.3. Klasifikasi UMKM 28

 2.2.4. Prinsip Dan Tujuan Pemberdayaan UMKM 29

 2.2.5. Indikator Keberlangsungan Kegiatan UMKM 30

2.3. Penelitian Terdahulu 32

2.4 Kerangkan Konseptual 35

2.5 Hipotesis 36

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN 38**

3.1. Desain Penelitian 38

3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian 39

 3.2.1. Lokasi Penelitian 39

 3.2.2. Waktu Penelitian 39

3.3. Populasi Dan Sampel 41

 3.3.1. Populasi 41

 3.3.2. Sampel 41

3.4. Variabel Dan Indikator 42

 3.4.1. Variabel Bebas (X) 42

 3.4.2. Variabel Terikat (Y) 42

 3.4.3. Indikator 43

3.5. Data Penelitian 44

3.6. Teknik Pengumpulan Data 44

3.7. Skala Pengukuran Variabel 46

3.8. Teknik Analisis Data 46

 3.8.1. Uji Validitas Dan Reliabilitas 47

 3.8.2. Analisis Regresi Linier Sederhana 48

 3.8.3. Uji t 49

 3.8.4. Uji Koefisien Determinasi 49

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50**

4.1. Profil Desa Cempedak Lobang 50

 4.1.1. Sejarah Desa Cempedak Lobang 50

 4.1.2. Visi dan Misi 51

 4.1.2.1. Visi 51

 4.1.2.2. Misi 51

 4.1.3. Struktur Organisasi 52

 4.1.4. Tugas dan Tanggungjawab 53

4.2. Hasil Penelitian 57

 4.2.1. Karakteristik Responden 57

 4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Digita*

 *Marketing* (X) 59

 4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keberlangsungan

 Kegiatan UMKM (Y) 64

 4.2.4. Uji Instrumen Penelitian 70

 4.2.4.1. Uji Validitas 70

 4.2.4.2. Uji Reliabilitas 71

 4.2.5. Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana 72

 4.2.6. Uji Hipotesis (Uji t) 73

 4.2.7. Uji Koefisien Determinasi (R2) 73

4.3. Pembahasan 74

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 78**

5.1. Kesimpulan 78

5.2. Saran 79

**DAFTAR PUSTAKA 80**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Jumlah UMKM Di Indonesia 1

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 32

Tabel 3.1. Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian 40

Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel 43

Tabel 3.3. Alternatif Jawaban Responden *Skala Likert* 46

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 57

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 58

Tabel 4.4. Pernyataan 1. Dengan adanya pemasaran melalui *digital* maka

akan memperkecil pengeluaran 59

Tabel 4.5. Pernyataan 2. Pengeluaran dengan biaya yang rendah didalam

promosi dan pemasaran produk sangat penting 60

Tabel 4.6. Pernyataan 3. Promosi yang dilakukan harus terprogram dan

terarah sehingga akan menjadi keunggulan usaha 60

Tabel 4.7. Pernyataan 4. Program promosi yang bagus akan menjadi nilai

tambahan terhadap usaha 61

Tabel 4.8. Pernyataan 5. *Design* yang ditampilkan harus semenarik

mungkin 61

Tabel 4.9. Pernyataan 6. *Design* pada situs media *digital* yang bagus

dapat menarik minat konsumen 62

Tabel 4.10. Pernyataan 7. Pentingnya pengetahuan serta kreatifitas dalam

mengelola tampilan/*design* pada situs akan menjadi nilai

tambahan (*plus value*)bagi UMKM 62

Tabel 4.11. Pernyataan 8. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat

konsumen senang 63

Tabel 4.12. Pernyataan 9. Adanya informasi yang jelas mengenai suatu

produk akan membuat konsumen merasa puas dan tertarik 63

Tabel 4.13. Pernyataan 10. Dengan menjalin suatu hubungan baik maka

akan membuat konsumen melakukan pembelian secara

berulang 64

Tabel 4.14. Pernyataan 1. Pendapatan yang diharapkan mampu membantu

kehidupan sehari-hari dan masa mendatang 65

Tabel 4.15. Pernyataan 2. Tujuan saya dalam usaha adalah untuk

mendapatkan pendapatan yang lebih 65

Tabel 4.16. Pernyataan 3. Usaha yang baik adalah usaha yang mengalami

pertumbuhan 66

Tabel 4.17. Pernyataan 4. Pertumbuhan usaha dapat menaikkan

keuntungan 66

Tabel 4.18. Pernyataan 5. Produk yang saya hasilkan berkualitas tinggi 67

Tabel 4.19. Pernyataan 6. Produk yang berkualitas dapat menarik minat

konsumen 67

Tabel 4.20. Pernyataan 7. Persaingan didalam usaha harus bersifat sehat.. 68

Tabel 4.21. Pernyataan 8. Kualitas produk yang saya tawarkan tidak kalah

dengan pesaing 68

Tabel 4.22. Pernyataan 9. Kondisi lingkungan usaha yang baik akan

mempengaruhi kemajuan usaha 69

Tabel 4.23. Pernyataan 10. Kondisi lingkungan sosial merupakan salah satu

faktor pendukung perkembangan suatu usaha 69

Tabel 4.24. Hasil Uji Validitas 71

Tabel 4.25. Hasil Uji Reliabilitas 72

Tabel 4.26. Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana 72

Tabel 4.27. Hasil Uji t 73

Tabel 4.28. Hasil Uji Koefisien Determinasi 74

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual 36

Gambar 4.1. Struktur Organisasi 52