

INTISARI

Kecamatan Jatilawang adalah salah satu wilayah kecamatan yang sudah menerapkan teknologi informasi untuk bisnis dan usaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memanfaatkan teknologi informasi media sosial sebagai sarana pemasaran yang memberi dampak memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan intereaksi dengan konsumen, namun dalam penerimaan teknologi informasi media sosial ini masih banyak pelaku UMKM di kecamatan Jatilawang yang belum memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, maka dari itu perlunya analisis kesiapan penerimaan teknologi informasi dengan media sosial sebagai sarana pemasaran Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui kesiapan pelaku usaha UMKM dengan manfaat dan pengaruh media sosial terhadap UMKM di kecamatan Jatilawang sebagai media pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif deskriptif dan Technology Readliness Index (TRI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat meningkatkan daya saing dilihat dari segi penjualan yang mengalami peningkatan. Namun masih banyak pelaku UMKM yang belum menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran secara online.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), media sosial, pemasaran dan Technology Readliness Index (TRI).

ABSTRACT

Jatilawang District is one of the sub-districts that has implemented information technology for businesses and businesses such as Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) that utilize social media information technology as a marketing tool that has an impact on expanding marketing networks, increasing revenue, and increasing interaction with consumers, but in the acceptance of social media information technology there are still many MSME actors in Jatilawang sub-district who have not used social media as marketing media, therefore there is a need to analyze the readiness of receiving information technology with social media as a marketing tool. with the benefits and influence of social media on MSMEs in Jatilawang sub-district as marketing media. The method used in this study is a quantitative method and Technology Readliness Index (TRI) model. The results of this study indicate that the use and use of social media as marketing media can increase competitiveness in terms of sales which have increased. But there are still many SMEs who have not used and utilized social media as an online marketing medium.

Keywords: Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), social media, marketing, and Technology Readliness Index (TRI).