

LAPORAN
PENELITIAN DIPA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG



PERUMUSAN MODEL BISNIS MENGGUNAKAN
STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM
PERSEPKTIF KOMPETITIF MARKETING PADA
UMKM DI KABUPATEN TANGGAMUS

TIM PENELITIAN

Ketua :

Prasetya Nugeraha, S.A.B.M.Si

NIDN : 0218078901 SINTA ID : 6667721

Anggota :

Drs. A. Efendi, MM

NIDN : 0006095904 SINTA ID : 6687060

Dr. Nur Efendi, M.Si

NIDN : 0012106901 SINTA ID : 6041114

Ghia Subagja, S.E.,M.M

NIDN : 0027119201 SINTA ID : 6720944

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DIPA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Judul Penelitian : Perumusan Model Bisnis menggunakan Strategi Segmentasi Pasar dalam persepektif Kompetitif *Marketing* pada UMKM

Manfaat sosial ekonomi : Pembentukan Model Bisnis UMKM.....

Jenis penelitian : Penelitian Sosial Humaniora

Ketua Peneliti

a. Nama Lengkap : Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si.....

b. NIDN : 0218078901.....

c. SINTA ID : 6667721.....

d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli.....

e. Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

f. Nomor HP : 081373435752.....

g. Alamat surel (e-mail) : prasetya.nugeraha18@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

a. Nama Lengkap : Drs. Ahmad Efendi, M.M

b. NIDN : 0006095904.....

c. SINTA ID : 6687060.....

d. Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Anggota Peneliti (2)

a. Nama Lengkap : Dr. Nur Efendi, M.Si.....

b. NIDN : 0012106901.....

c. SINTA ID : 6041114.....

d. Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Anggota Peneliti (3)

a. Nama Lengkap : Ghia Subagja, S.E.,M.M

b. NIDN : 0027119201.....

c. SINTA ID : 6720944.....

d. Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Lokasi kegiatan : Kabupaten Tanggamus.....

Luaran : Jurnal dan Model Bisnis.....

Lama Kegiatan : 6 (enam) Bulan

Biaya Penelitian : Rp 12.500.000

Sumber dana : DIPA FISIP Tahun Anggaran 2021

Mengetahui, Bandar Lampung, 5 September 2021
Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Ketua Peneliti,

Suprihatin Ali, S.Sos., M.Sc
NIP. 197111122000031002

Prasetya Nugeraha, S.A.B., M.Si
NIP. 198907182019121001

Menyetujui,
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama,

Dr. Dedy Hermawan, M.Si.
NIP 197507202003121002

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Perumusan Model Bisnis menggunakan Strategi Segmentasi Pasar dalam persepektif Kompetitif *Marketing* pada UMKM di Kabupaten Tanggamus
2. Tim Peneliti

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Jurusan	Alokasi Waktu (jam/minggu)
1.	Prasetya Nugeraha, M.Si	Ketua	Marketing	Ilmu Administrasi Bisnis	15 Jam / Minggu
2	Drs. Ahmad Efendi, M.M	Anggota 1	Marketing	Ilmu Administrasi Bisnis	10 Jam / Minggu
3	Dr. Nur Efendi, M.Si	Anggota 2	Sumber Daya Manusia	Ilmu Administrasi Bisnis	10 Jam /Minggu
4	Ghia Subagja, M.M	Anggota 3	Kewirausahaan	Ilmu Administrasi Bisnis	10 Jam /Minggu

3. Objek Penelitian (jenis material yang akan diteliti dan segi penelitian) :
UMKM yang dijadikan alat penggerak ekonomi desa dan memiliki daya ungkit terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar desa
4. Masa Pelaksanaan
Mulai : bulan April tahun 2020
Berakhir : bulan September tahun 2020
5. Usulan Biaya : Rp. 12.500.000
6. Lokasi Penelitian (lab/studio/lapangan) : Kabupaten Tanggamus

7. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontributornya)
Mitra dalam penelitian adalah Pemerintah Desa Tanggamus yang akan membantu peneliti dalam pemetaan UMKM di Kabupaten Tanggamus
8. Kontribusi mendasar pada suatu bidang ilmu (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada gagasan fundamental dan orisinal yang akan mendukung pengembangan iptek)
Penelitian ini akan berdampak pada pengelolaan UMKM di Kabupaten Tanggamus agar memiliki keberlanjutan melalui pengelolaan bisnis berbasis segmen pasar. Penelitian ini juga akan memberikan model bisnis yang kompetitif agar UMKM bisa bersaing dengan perusahaan-perusahaan swasta di Tanggamus.
9. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran untuk setiap penerima hibah (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah dan tahun rencana publikasi)
 - Jurnal Kompetitif Bisnis tahun 2021
 - Jurnal Perspektif Bisnis tahun 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
PENELITIAN DIPA FISIP UNIVERSITAS LAMPUNG.....	2
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM.....	3
DAFTAR ISI.....	5
RINGKASAN.....	6
BAB I. PENDAHULUAN.....	7
A. Latar Belakang.....	7
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Khusus Penelitian.....	11
D. Urgensi Penelitian.....	11
E. Target dan Luaran Penelitian.....	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. <i>State of the Art</i>	13
B. <i>Roadmap</i> Penelitian.....	14
BAB III. METODE PENELITIAN.....	15
3.1. Diagram <i>fishbone</i> penelitian.....	15
3.2. Alur penelitian.....	15
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
4.1. Sebaran Responden Penelitian.....	17
4.2. Hasil Pengujian Instrumen.....	18
4.3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	19
4.4. Pengujian parsial (Uji t).....	20
4.5. Pengujian Determinasi (Uji r^2).....	21
4.6. Pembahasan.....	21
BAB V. PENUTUP.....	23
5.1. Simpulan.....	23
5.2. Saran.....	23
REFERENSI.....	24
Lampiran. Biodata Ketua dan Anggota Pengusul.....	26

RINGKASAN

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) harus mampu menjadi lembaga yang dimanfaatkan untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat desa. UMKM juga harus mampu menjadi ruang yang dapat menciptakan masyarakat mandiri untuk memperoleh derajat kemakmuran, sehingga UMKM menjadi lembaga yang dapat menciptakan sumber penghidupan masyarakat desa yang lebih berkualitas. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan UMKM di Provinsi Lampung, pertumbuhan di Kabupaten Tanggamus tidak jauh berbeda taraf pertumbuhannya meskipun masih berada di bawah tingkat pertumbuhan provinsi. UMKM di Kabupaten Tanggamus mengalami penurunan dari 0,959 pada tahun 2017, menjadi 0,842. Namun pada tahun 2019 pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tanggamus mengalami peningkatan yang signifikan, dimana pertumbuhannya berada di atas pertumbuhan provinsi.

Di sisi lain, Desa memiliki karakteristik yang berbeda dan beragam. Keberagaman ini akan berimplikasi kepada model kerja UMKM yang beragam pula. Oleh karena itu, perlu adanya model bisnis yang mampu bersifat implementatif dalam konteks yang spesifik, sesuai dengan kriteria model UMKM yang ada di suatu desa. Dengan demikian, kajian mengenai model bisnis perlu dilakukan. Kajian ini akan menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian *explanatory*. Berangkat dari hal tersebut, Penelitian ini dilakukan untuk menemukan model bisnis UMKM yang disesuaikan dengan segmentasi pasar melalui perspektif kompetitif marketing.

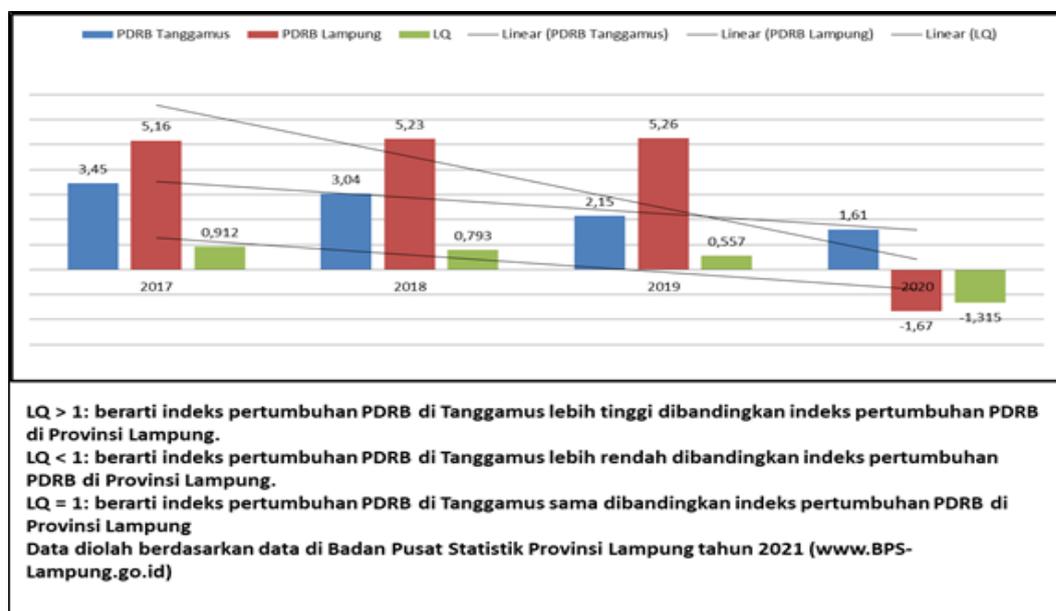
BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi Covid 19 telah memberikan dampak perubahan yang signifikan pada ekonomi. Sejak diberitakannya kasus pertama di Indonesia pada 17 maret 2020 silam, hingga sekarang keadaan perekonomian di Indonesia masih belum menemukan stabilitas yang menyebabkan turunnya tingkat perekonomian masyarakat. Berdasarkan hasil survei kegiatan dunia usaha yang dilakukan oleh BI, mendapati hasil pada kuartal III dan IV pada tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia negatif 5,97 dan 2,21 persen. Penurunan tersebut masih dikatakan masih rendah jika dibandingkan dengan penurunan negara-negara lain di masa pandemic Covid 19. Berdasarkan kajian Organisasi Internasional Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD), dibandingkan negara-negara lain seperti Turki, menurut hasil penelitian bisa terjerembab hingga minus 4,8 persen, Argentina minus 8,3 persen, Meksiko minus 7,5 persen, Afrika Selatan minus 7,5 persen dan Brasil minus 7,4 persen. Terlebih dengan dilaksanakannya pembatasan social berskala besar pada April 2020, menciptakan kesulitan bagi industri dalam melakukan kegiatan bisnis. Untuk provinsi Lampung, berdasarkan rilis dari BI yang dikutip republika.com mengatakan penurunan perekonomian masih lebih baik dibandingkan nasional yaitu sebesar negatif 3,7%. Meskipun begitu, penurunan perekonomian tersebut memberikan dampak besar pula terhadap kondisi perekonomian masyarakat di Provinsi Lampung.

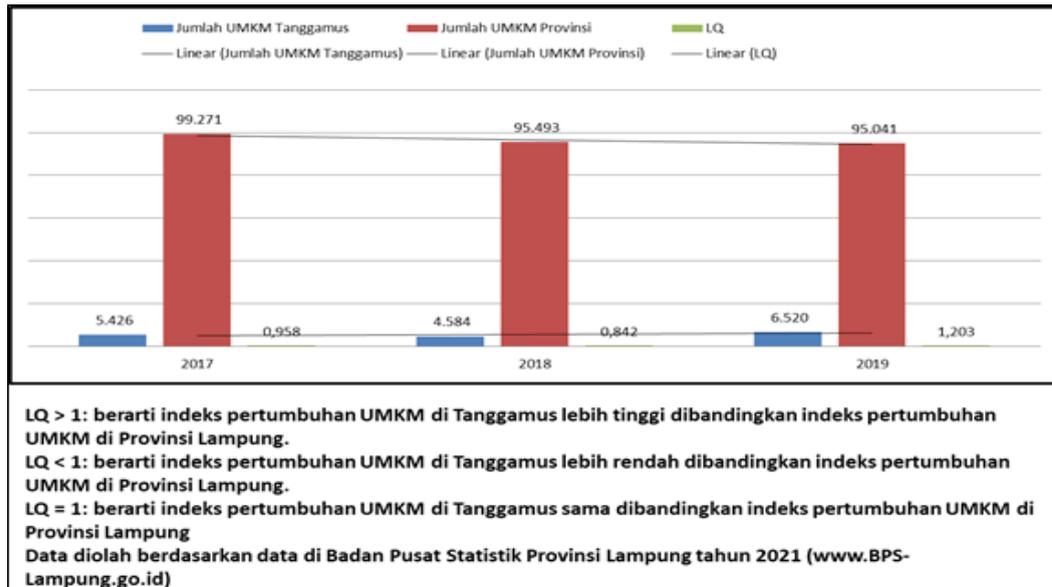
Dibandingkan masyarakat perkotaan yang masih mampu beradaptasi dengan perubahan perekonomian tersebut diatas dikarenakan faktor kualitas SDM dan Infrastrukturnya di bandingkan kondisi yang dimiliki masyarakat desa. Untuk itu, diperlukan kinerja UMKM yang berkualitas dalam memperbaiki perekonomian masyarakat desa di tengah pandemic Covid 19. UMKM sendiri dibentuk untuk menciptakan keuntungan ekonomi bagi masyarakat desa dengan mengelola sumber daya berbasis lokalitas yang dimiliki desa yang tertuang dalam Undang-Undang (UU) Nomor 6 tahun 2014 tentang Desa. Namun secara fakta, keberadaan UMKM nyatanya masih jauh dari yang dicita-citakan. UMKM sendiri nyatanya

memiliki permasalahan dari segi daya saing dengan perusahaan-perusahaan yang ada disekitar desa. Misalnya di Kabupaten Tanggamus, berdasarkan data dari Dinas PMD tahun 2020, mendapati bahwa hanya 25,69% UMKM ditanggamus yang dikategorikan berkembang dan sebesar 48,61% masih dalam kategori inisiasi (tahapan awal), padahal pembentukan UMKM sendiri telah disahkan mulai tahun 2014. UMKM menjalankan bisnis berbasis digital. Bisnis digital dapat dijadikan sebuah cara untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga berdampak pada tingkat PDRB Kabupaten Tanggamus yang berdasarkan penelusuran mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020.



Gambar 1.1 Tingkat PDRB Kabupaten Tanggamus 2017 - 2020
(Sumber BPS Lampung, 2021)

Berdasarkan tabel 1.1, tingkat PDRB Kabupaten Tanggamus di sandingkan dengan tingkat PDRB Provinsi Lampung. Dengan menggunakan analisis LQ, dapat diketahui bahwa pada tahun 2017 pertumbuhan PDRB Kabupaten Tanggamus berada lebih rendah dibandingkan Provinsi Lampung. Namun jika melihat data tahun 2018 - 2019 tingkat PDRB Kabupaten Tanggamus semakin lebih rendah dibandingkan Provinsi Lampung. Bahkan pada tahun 2020, PDRB Kabupaten Tanggamus memiliki penurunan lebih rendah dibandingkan Provinsi Lampung.



Gambar 1.2 Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tanggamus Tahun 2017 – 2019. Sumber : BPS Lampung, 2021

Hal ini lah yang melandasi perlunya ada penerapan model bisnis pada UMKM agar mampu meningkatkan pasar tidak hanya pada tingkat lokal, namun juga dapat menjaring pasar nasional. Satu sisi, UMKM menjadi moda perekonomian yang dapat terakses oleh masyarakat desa, namun juga dilain sisi keberadaanya masih tidak terlihat karena model bisnis yang dimiliki tidak memiliki perbedaan atau konsep diferensiasi sehingga terlihat daya saingnya di benak konsumen. Jika dibandingkan dengan pertumbuhan UMKM di Provinsi Lampung, pertumbuhan di Kabupaten Tanggamus tidak jauh berbeda taraf pertumbuhannya meskipun masih berada di bawah tingkat pertumbuhan provinsi. Pada gambar 1.2, UMKM di Kabupaten Tanggamus mengalami penurunan dari 0,959 pada tahun 2017, menjadi 0,842. Namun pada tahun 2019 pertumbuhan UMKM di Kabupaten Tanggamus mengalami peningkatan yang signifikan, dimana pertumbuhannya berada di atas pertumbuhan provinsi.

Fanani dan Haqiqi (2019) mengatakan UMKM harus dijadikan wadah untuk menempatkan potensi desa. Potensi inilah yang menjadi karakteristik Desa karena antara desa satu dengan desa lainnya akan memiliki sumberdaya yang berbeda pula. Potensi desa harus terdeskripsikan dalam model bisnis yang mudah diimplementasikan karena sendiri harus memiliki daya saing yaitu kapabilitas

untuk berkembang dan memaksimalkan potensi desanya sebagai sumber kehidupan yang pada akhirnya memberikan kesejahteraan masyarakat. Model bisnis yang dimiliki UMKM diharuskan berbasis potensi lokal sehingga tidak menjadi pesaing dari keberadaan perusahaan-perusahaan swasta. UMKM harus keluar dari persaingan dengan menciptakan pasar khusus. Langkah menemukan pasar spesifik merupakan langkah strategis yang penting untuk menciptakan Samudra-samudra biru (Kim & Mauborgne, 2014 : 9). Selanjutnya Kim menjelaskan bahwa strategi samudra biru menantang perusahaan/lembaga untuk keluar dari persaingan (samudra merah), sehingga tidak berorientasi pada memenangkan kompetisi.

Penentuan pasar haruslah menjadi langkah UMKM untuk menghilangkan persaingan yang disebut segmentasi pasar. Segmentasi pasar merupakan proses memisahkan pasar pada kategori-kategori tertentu yang memudahkan perusahaan dalam mengenali konsumen (Kotler, 2009). Ketika pasar konsumen sudah di kelompokkan, maka perusahaan dapat memilih kelompok sasaran mana yang akan dipilih tentunya berdasarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola kelompok tersebut. Dampak yang diciptakan tentunya adalah tingkat keuntungan yang dapat diraih oleh perusahaan dalam hal ini UMKM ketika hanya memilih sekelompok pasar dan mengabaikan kelompok pasar konsumen lainnya. Namun, langkah tersebut merupakan cara efektif dan strategis dalam upaya mempertahankan eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang.

Perusahaan harus berkomitmen dengan kelompok konsumen yang sudah dipilih dengan cara memberikan pelayanan yang bernilai melalui penciptaan dan pendistribusian produk beserta manfaatnya yang dikenal dengan strategi komitmen pasar (Hasan, 2013). Strategi ini menuntut perusahaan untuk memusatkan perhatian dan komitmennya pada pasar-pasar konsumen tertentu. Memfokuskan layanan pada beberapa kelompok pasar tertentu akan memudahkan UMKM dalam menciptakan keunggulan bersaing. UMKM dapat mudah beradaptasi dalam mengelola bisnis ketika konsumen yang menjadi pasar sasaran telah terkategori dengan jelas.

B. Rumusan Masalah

UMKM sebagai lembaga ekonomi yang paling dekat dengan potensi lokalisasi (kearifan lokal) diharapkan mampu menjadi garda terdepan dalam perekonomian desa di tengah pandemic Covid 19. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang menjadi alat untuk BUM Des tetap bisa bertahan. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana optimasi strategi segmentasi pasar berbasis kompetitif marketing dalam menciptakan keunggulan bersaing bagi UMKM di Kabupaten Tanggamus ?

C. Tujuan Khusus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keberlangsungan UMKM di Kabupaten Tanggamus dimasa pandemic Covid 19 dan berupaya untuk menganalisis bagaimana menciptakan keunggulan bersaing dengan strategi segmentasi pasar.

D. Urgensi Penelitian

Model bisnis yang dimiliki oleh UMKM di Kabupaten Tanggamus masih sangat umum dan tidak spesifik karena belum optimalnya segmentasi pasar sehingga terciptanya sebuah model bisnis berbasis lokalitas yang menciptakan kekhasan dan mengoptimalkan potensi desa. Teori diferensiasi menjelaskan bahwa untuk mendapatkan *competitive advantage*, sebuah perusahaan harus memunculkan perbedaan produk/perusahaannya dibandingkan pesaing lain. Model bisnis yang diciptakan haruslah sesuai dengan keberadaan dan keadaan sumberdaya alam dan sumberdaya manusia di desa tersebut. Penelitian perlu dilakukan untuk membutuhkan hal tersebut.

E. Target dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Temuan dalam penelitian ini adalah model bisnis berbasis lokalitas yang dapat diaplikasikan ke dalam UMKM,
 - b. Mendapatkan variasi model-model bisnis yang implementatif sehingga dapat diterapkan pada UMKM.
2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih keilmuan bagi perkembangan kajian-kajian ilmu administrasi bisnis dalam pengembangan model bisnis. Juga memenuhi indikator Tingkat Kesiapterapan Teknologi level 3 yaitu rancangan riset dan metodologi yang digunakan untuk menjawab pertanyaan riset telah disusun, termasuk analisis dan prediksi hasil, skenario dan implikasinya
- b. Penelitian ini juga ditargetkan untuk dipublikasikan pada jurnal nasional terindeks SINTA 2 atau minimal dipublikasikan pada jurnal persepektif bisnis Universitas Lampung.
- c. Tulisan ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

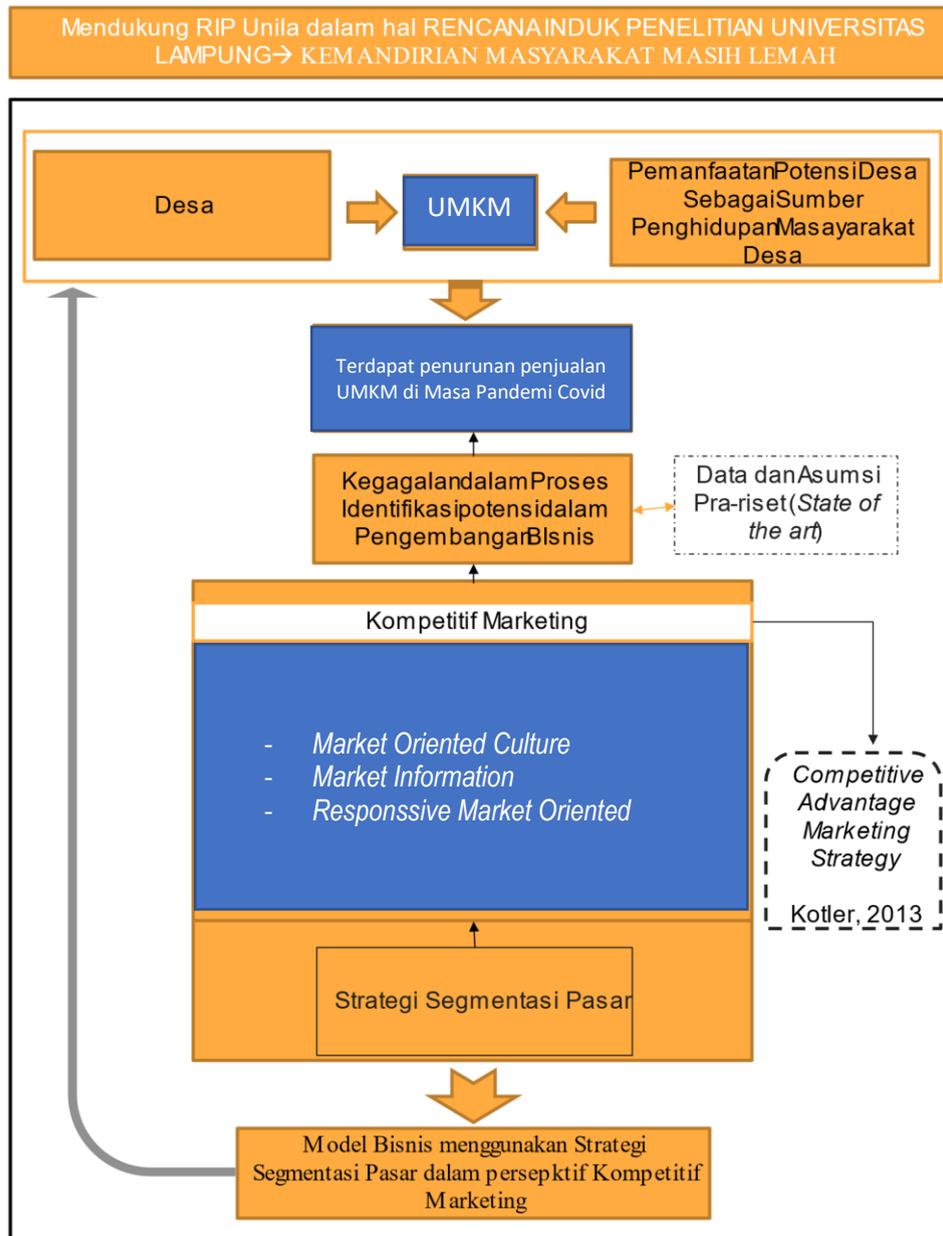
A. State of the Art

Penelitian terdahulu mengenai UMKM belum ada yang menjelaskan dari sudut pandang Model Bisnis yang disesuaikan untuk diterapkan di desa, dengan karakteristik berbeda dan beragam. Dapat dikatakan belum ada penelitian yang dilakukan untuk menemukan model bisnis yang disesuaikan dengan karakteristik Desa dan UMKM. Selama ini, penelitian-penelitian terdahulu mengenai UMKM yang pernah dilakukan, yaitu mengenai tugas pemerintah dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial yang ditinjau dari masalah UMKM (lihat Nurcahya, 2019). Selanjutnya, strategi kebijakan UMKM antara bottom-up of economic development model studi kasus yang dilakukan di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara (lihat Hariani, Hasibuan, & Sinambela, 2018). Kemudian, studi komperatif model UMKM di Kabupaten Bantaeng (lihat Samsir, 2016) dan implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM (UMKM) dengan Model Multimedia Development Life Cycle (MDLC) untuk informasi digital pariwisata sebagai peningkatan kualitas layanan pengunjung Desa Wisata Dokan (lihat Damanik & Ginting, 2021).

Selain itu juga, terdapat penelitian mengenai analisis pengelolaan UMKM (UMKM) Gerbang Lentera sebagai penggerak Desa Wisata Lerep (lihat Ihsan, 2018). Selanjutnya, mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-UMKM) untuk melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa dengan Menggunakan Model Tetrapreneur (lihat Fatimah, 2018). Kemudian, Analisis Hukum Pembentukan UMKM dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa di Kecamatan Babalan Kabupaten Langkat (lihat Adhari & Ismaidar, 2017), dan Keberadaan UMKM (UMKM) sebagai Penguatan Ekonomi Desa (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang) (lihat Ramadana, Ribawanto, & Suwondo, 2013); terakhir, Keberadaan UMKM (UMKM) Sebagai Penguatan Ekonomi Desa (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang) (lihat Subaidi, Muchsin, & Khoiron, 2019). Oleh karena itu, penelitian mengenai Penerapan Analisis Diskriminan untuk memprediksi Model Bisnis UMKMa berbasis

lokalitas di Kabupaten Tanggamus (Studi pada UMKMa di Kecamatan Gedong Tataan) menjadi penting untuk dilakukan, sehingga dapat menjadi warna tersendiri dalam keilmuan ilmu administrasi bisnis..

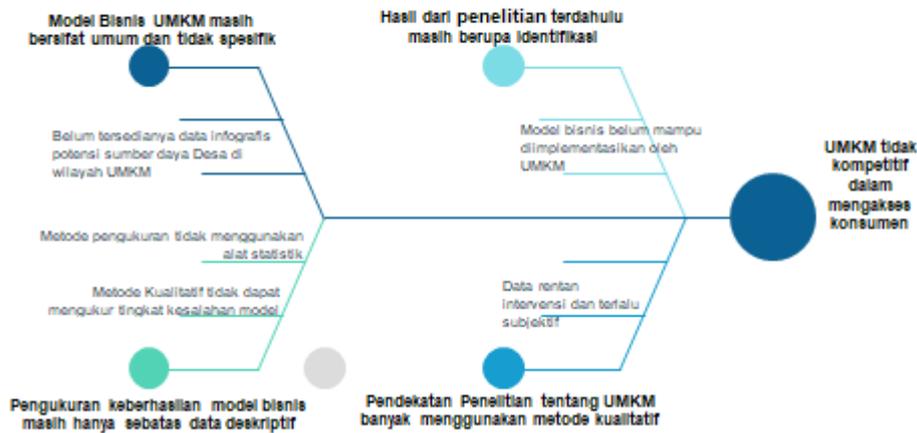
B. Roadmap Penelitian



BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Diagram *fishbone* penelitian

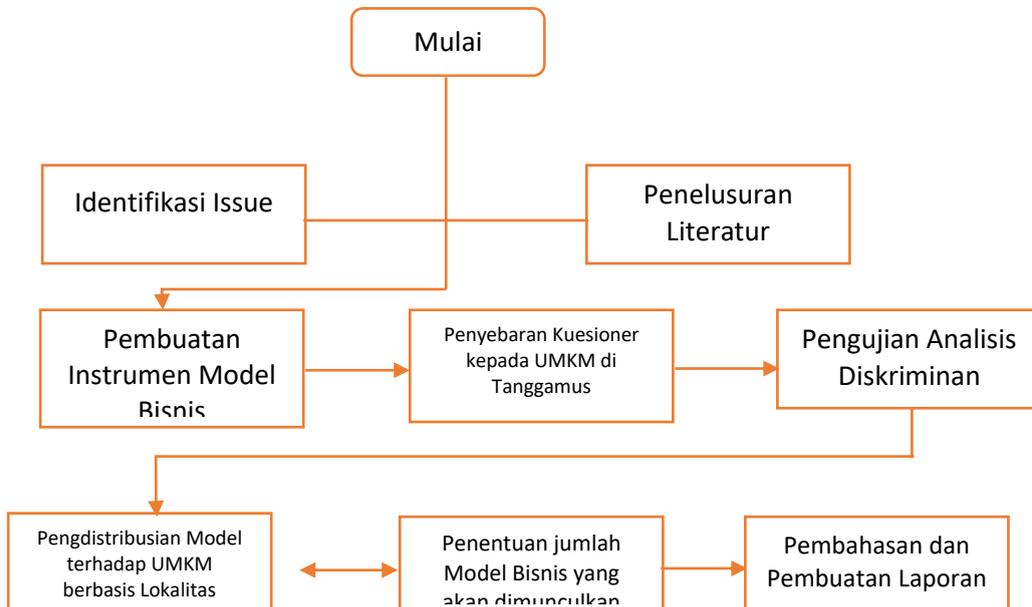
Secara garis besar, permasalahan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam gambar 3.1 dibawah ini :



Keberadaan UMKM belum sepenuhnya memiliki model bisnis yang berbasis segmentasi pasar yang artinya menyesuaikan dengan potensi sumberdaya manusia dan sumberdaya alam yang dimiliki desa tersebut sehingga tidak memiliki daya saing

3.2. Alur penelitian

Gambar 3.2. Diagram Alur Penelitian



Tabel 3.1. Runut Tahapan Aktivitas Penelitian

Tahapan	Aktivitas	Luaran	Indikator Sukses
1	Pendistribusian strategi segmentasi dalam perspektif kompetitif marketing kedalam kuesioner	Kuesioner Penelitian	Kuesioner lolos uji validitas dan reliabilitas
2	Penyusunan Variabel Demografi UMKM (Internal & Eksternal)	Kuesioner Penelitian	Kuesioner lolos uji validitas dan reliabilitas
3	Penyebaran Kuesioner Penelitian kepada Responden (UMKM di Kabupaten Tanggamus)	Timeline research, Data Primer hasil penyebaran kuesioner	Data lolos Uji heteroskedastisitas dan Multikolinearitas
4	Pembahasan data dengan analisis Diskriminan	Group Statistik, Pooled With Group Matrix, Cutting Score Discriminan,	Data Valid dan Sig < 0,05
5	Distribusi Model Bisnis kepada UMKM yang memenuhi kategori	List Model Bisnis UMKM	UMKM Memenuhi kriteria model
6	Pembuatan Laporan Penelitian	Publikasi Jurnal <i>Marketing</i> dan Jurnal Perspektif Bisnis	Draft Submit Jurnal

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sebaran Responden Penelitian

Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan kecamatan di Kabupaten Tanggamus

No	Nama kecamatan	Ibukota	Jumlah pekon	Jumlah sampel
1	Wonosobo	Tanjung Kurung	28	9
2	Semaka	Sukaraja	22	7
3	Bandar Negeri Semuong	Sanggi	11	4
4	Kota Agung	Kuripan	16	5
5	Pematang Sawa	Way Nipah	14	5
6	Kota Agung Timur	Kagungan	12	4
7	Kota Agung Barat	Negara Batin	16	5
8	Pulau Panggung	Tekad	21	7
9	Ulu Belu	Ngarip	16	5
10	Air Nanningan	Air Nanningan	10	3
11	Talang Padang	Talang Padang	20	7
12	Sumberejo	Sumberejo	13	4
13	Gisting	Kuta Dalam	9	3
14	Gunung Alip	Banjar Negeri	12	4
15	Pugung	Rantau Tijang	27	9
16	Bulok	Sukamara	10	3
17	Cukuh Balak	Putih Doh	20	7
18	Kelumbayan	Napal	8	3
19	Limau	Kuripan	11	4
20	Kelumbayan Barat	Sidoharjo	6	2
	JUMLAH PEKON		302	100

Dalam penelitian ini, responden merupakan UMKM yang tersebar di Kabupaten Tanggamus. Penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan proporsi jumlah desa sehingga mewakili populasi. Jumlah desa di Kabupaten Tanggamus sejumlah 302 Desa. Dari jumlah tersebut, penghitungan sampel dilakukan dengan

menggunakan rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 10%, maka didapat sampel sebesar 100 Desa. Penentuan UMKM di sesuaikan dengan sebaran sampel desa di Kabupaten Tanggamus. Penyebaran kuesioner dalam periode Juni – September 2021. Adapun teknik penarikan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling yaitu teknik penarikan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang sudah menjalankan usaha lebih dari 3 tahun. Kriteria tersebut dimaksudkan untuk melihat dampak pandemic Covid 19 sehingga terlihat dampaknya dari tahun 2019 – 2021.

4.2. Hasil Pengujian Instrumen

Sebelum data di analisis, instrumen penelitian di uji validitas agar diketahui apakah instrumen dapat di mengerti oleh responden sehingga tidak terjadi pembiasan data. Pengujian validitas menggunakan bantuan SPSS 26 dengan metode *pearson*. Tingkat signifikansi ditentukan dengan *one tailed test*. Berdasarkan penghitungan, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

NO	ITEM	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	MOC1	0,792	0,1663	Valid
2.	MOC2	0,833	0,1663	Valid
3.	MOC3	0,842	0,1663	Valid
4.	MOC4	0,865	0,1663	Valid
5.	MI1	0,873	0,1663	Valid
6.	MI2	0,858	0,1663	Valid
7.	MI3	0,841	0,1663	Valid
8.	RMO1	0,821	0,1663	Valid
9.	RMO2	0,811	0,1663	Valid
10.	RMO3	0,792	0,1663	Valid
11.	EK1	0,554	0,1663	Valid
12.	EK2	0,626	0,1663	Valid
13.	EK3	0,541	0,1663	Valid
14.	EK4	0,679	0,1663	Valid

Berdasarkan hasil pengujian, dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel. R tabel sendiri didapatkan dari tabel r dengan derajat kebebasan 0,05%. Sehingga dapat dikatakan instrumen dalam penelitian ini dapat dilanjutkan ke tahap analisis data.

4.3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil penghitungan, dapat ditarik persamaan berdasarkan tabel *Coefficients* dari pengujian regresi linier berganda. Berikut tabel penghitungan *Coefficients* penelitian ini :

Tabel 4.3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.164	.267		11.840	.000
	TOTAL_RMO	.230	.113	.301	2.025	.046
	TOTAL_MI	.053	.110	.078	.481	.632
	TOTAL_MOC	-.072	.095	-.111	-.753	.453

a. Dependent Variable: TOTAL_EK

Dari tabel tersebut dapat ditarik persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + 0,23X_1 + 0,053X_2 - 0,072X_3 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dideskripsikan bahwa :

- (1) Peningkatan ekonomi kerakyatan berbasis UMKM memiliki nilai konstanta atau nilai tetap sebesar 3,165. Artinya jika Variabel *Responsiveness Market Oriented, Market Information, dan Market Oriented Culture* bernilai 0, maka nilai Ekonomi UMKM sebesar 3,165.
- (2) Nilai $\beta_1 = 0,23$. Artinya dengan asumsi ekonomi UMKM bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan *Responsiveness Market Oriented* sebesar 1 Satuan akan meningkatkan Ekonomi UMKM sebesar 23% dan signifikan.
- (3) Nilai $\beta_2 = 0,053$. Artinya dengan asumsi ekonomi UMKM bernilai tetap (tidak

berubah), maka setiap peningkatan *Market Information* sebesar 1 Satuan akan meningkatkan Ekonomi UMKM sebesar 5% dan tidak signifikan.

(4) Nilai $\beta_3 = 0,072$. Artinya dengan asumsi ekonomi UMKM bernilai tetap (tidak berubah), maka setiap peningkatan *Market Oriented Culture* sebesar 1 Satuan akan meningkatkan Ekonomi UMKM sebesar 7,2% dan tidak signifikan.

4.4. Pengujian parsial (Uji t)

Setelah mendapatkan persamaan regresi, maka perlu dilakukan pengujian hipotesis secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk melihat bagaimana model penelitian terbentuk. Dalam penelitian ini, ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut :

- (1) *Responsiveness Market Oriented* tidak berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ho)
Responsiveness Market Oriented berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ha)
- (2) *Market Information* tidak berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ho)
Market Information berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ha)
- (3) *Market Oriented Culture* tidak berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ho)
Market Oriented Culture berpengaruh terhadap ekonomi UMKM (Ha)

Berdasarkan tabel *coefficient* diatas, didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4 Hasil uji hipotesis

No	Variabel	t hitung	t tabel	sig	keterangan
1	<i>Responsiveness Market Oriented</i> → Ekonomi UMKM	2.025	1.66088	0.046	Ho ditolak, Ha Diterima
2	<i>Market Information</i> → Ekonomi UMKM	0.481	1.66088	0.632	Ho diterima, Ha ditolak
3	<i>Market Oriented Culture</i> → Ekonomi UMKM	- 0.753	1.66088	0.453	Ho diterima, Ha ditolak

Sehingga didapatkan hasil bahwa dari 3 variabel *marketing* kompetitif yang di uji, hanya 1 yang berpengaruh terhadap ekonomi UMKM. Variabel yang berpengaruh adalah *Responsiveness Market Oriented*.

4.5. Pengujian Determinasi (Uji r^2)

Pengujian determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat model variabel *marketing competitive advantage* dapat menjelaskan ekonomi UMKM. Berdasarkan hasil pengujian, dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	0,633	.059	.51647

a. Predictors: (Constant), TOTAL_MOC, TOTAL_RMO, TOTAL_MI

Dari hasil pengujian, dapat dilihat bahwa nilai r square sebesar 0,633 atau 63,3%. Sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel *marketing competitive advantage* dapat memprediksi peningkatan ekonomi UMKM.

4.6. Pembahasan

Berdasarkan seluruh hasil pengujian, variabel *market responsiveness oriented* berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi UMKM. *Market responsiveness oriented* sendiri didefinisikan sebagai tahapan pelaku usaha memproduksi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik konsumen. UMKM diharuskan untuk melakukan analisis pasar tentang apa yang benar-benar dibutuhkan konsumen dan bagaimana menghadirkan produk untuk memuaskan konsumen. Tidak sepenuhnya pelaku usaha memahami konsep pemasaran produk sehingga proses bisnis dilakukan secara konvensional, atau dengan kata lain, usaha dilakukan dengan manajemen tradisional. Untuk itu, pemerintah perlu memberikan pelatihan kepada UMKM dalam mengelola bisnis secara profesional atau dengan kata lain mengelola bisnis dengan analisis pasar.

Terlebih lagi dengan adanya pandemic Covid 19 yang melanda seluruh daerah di Indonesia, pemanfaatan digital bisnis seharusnya dilakukan oleh UMKM. Keberadaan *market place online* haruslah dimanfaatkan untuk eksistensi usaha. Disamping menanggulangi usaha selama pandemic, penerapan digital bisnis juga

dapat meningkatkan keteraksesan pasar nasional bahkan internasional. Hal ini tentu akan meningkatkan perekonomian UMKM.

Pentingnya untuk merespon pasar adalah juga dikarenakan adanya kebutuhan konsumen yang terus berubah sehingga para pelaku usaha harus fleksibel dalam memenuhi permintaan pasar. Fleksibilitas disini dimaksudkan terkait bagaimana mencipta dan mengemas produk, manajemen harga, memilih saluran distribusi yang paling mudah diakses oleh konsumen, serta bagaimana pelaku UMKM melakukan berbagai macam promosi guna meningkatkan kesadaran merek di konsumen. Lebih lanjut, untuk produk dibidang jasa, harus memaksimalkan bauran produk seperti menentukan sumber daya manusia dalam usaha yang memiliki kompetensi, memaksimalkan proses sebagai nilai lebih bagi konsumen dan yang terpenting adalah menciptakan ruang fisik pelayanan yang berdampak positif bagi konsumen.

Pemerintah daerah juga harus memonitoring ketidakpastian ekonomi agar UMKM dapat selalu mempertahankan bisnisnya. Pemerintah dapat memberikan akses investasi dan modal kepada pelaku UMKM agar keberadaan mereka dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan swasta baik lokal maupun nasional. Selain itu, proses administrasi perizinan dapat diciptakan pemerintah agar pelaku UMKM mampu mengakses sumber-sumber pembiayaan. Pemerintah daerah perlu juga untuk meningkatkan kompetensi masyarakat agar siapaun dapat berkontribusi dan menjadi pelaku ekonomi atau pelaku UMKM. Tingginya UMKM di suatu daerah akan meningkatkan PDRB daerah.

BAB V. PENUTUP

5.1. Simpulan

Model bisnis berbasis lokalitas dapat diaplikasikan ke dalam UMKM. UMKM harus merespon perubahan permintaan pasar agar keberadaannya dapat dijadikan solusi dari permasalahan konsumen. Model bisnis UMKM harus mampu merespon perubahan kebutuhan, keinginan atau perilaku beli pelanggan. Selanjutnya model bisnis UMKM harus tepat dalam merumuskan produk, harga, dan promosi yang disesuaikan terhadap target pasar. Dan yang terakhir, UMKM harus menganalisis perilaku bisnis pesaing agar tidak tertinggal dalam perubahan model bisnis.

UMKM dapat merumuskan variasi model untuk diimplementasikan pada segmen pasar yang berbeda. Hal ini juga menjadi penting karena digitalisasi menghadirkan konsumen dengan varian yang berbeda-beda. Semakin banyak variasi bisnis yang dapat diimplementasikan UMKM, akan semakin banyak meningkatkan akses terhadap pasar.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah :

1. UMKM harus cepat beradaptasi dengan digitalisasi melalui pemanfaatan media online kedalam model bisnis.
2. UMKM harus memiliki kemampuan menganalisis pasar karena secara signifikan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi.
3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat mengembangkan konsep e-business dalam memproyeksi model bisnis UMKM

REFERENSI

- Adhari, A., & Ismaidar. (2017). Analisis Hukum Pembentukan UMKM dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Desa di Kecamatan Babalan Kabupaten Langkat. *Dialogia Juridicia: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi*, 9(1), 13-28. Retrieved from : https://www.researchgate.net/publication/323315347_Analisis_Hukum_Pembentukan_Badan_Usaha_Milik_Desa_Dalam_Upaya_Meningkatan_Pendapatan_Aslis_Desa_Di_Kecamatan_Babalan_Kabupaten_Langkat
- Damanik, R., & Ginting, W. (2021). Implementasi Tik Pada UMKM (UMKM) Engan *Model Multimedia Development Life Cycle (Mdlc)* Untuk Informasi Digital Pariwisata Sebagai Peningkatan Kualitas Layanan Pengunjung Desa Wisata Dokan. *Jurnal Informatika Kaputama*, 5(4), 1-9.
- Fatimah, P. R. (2018). Mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-UMKM) untuk Melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa dengan Menggunakan Model Tetrapreneur. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 122-132. doi:<http://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39551>
- Hariani, p., Hasibuan, L. S., & Sinambela, E. (2018). *Strategi kebijakan UMKM : bottom-up of economic development model (studi kasus kecamatan beringin kabupaten deli serdang provinsi sumatera utara)*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Ihsan, A. N. (2018). Analisis Pengelolaan UMKM (UMKM) Gerbang Lentera Sebagai Penggerak Desa Wisata Lerep. *Journal of Politic and Government Studies*, 7(4), 221-230. Retrieved from [file:///C:/Users/HP/Downloads/21911-44463-1-SM%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/21911-44463-1-SM%20(2).pdf)

- Kotler, P. (2009). *Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Mauborgne, W. C. (2014). *Blue Ocean Strategy*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta
- Nurchaya, E. (2019). Tugas Pemerintah Dalam Menyelesaikan Masalah – Masalah Sosial: Tinjauan Mengenai Masalah UMKM. *Responsive*, 2(1), 1 - 7.
- Ramadana, C. B., Ribawanto, H., & Suwondo. (2013). Keberadaan UMKM (UMKM) Sebagai Penguatan Ekonomi Desa (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1068-1076.
- Samsir, A. (2016). Di Komperatif Model UMKM Di Kabupaten Bantaeng. *Ad'ministrare*, 3(2), 45-58.
- Subaidi, M., Muchsin, S., & Khoiron. (2019). Manajemen UMKM (UMKM) (Studi Di Dusun Sumber Desa Robatal Kecamatan Robatal Kabupaten Sampang). *Jurnal Respon Publik*, 13(5), 24-31

Lampiran. Biodata Ketua dan Anggota Pengusul

1. Ketua Peneliti

A. Data Identitas Diri

1	Nama Lengkap	:	Prasetya Nugeraha, S.A.B.,M.Si
2	Jabatan Fungsional	:	Asisten Ahli
4	NIDN/SINTA ID	:	0218078901/6667721
5	Program Studi	:	Administrasi Bisnis
6	Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7	Tempat & Tanggal Lahir	:	Bandung, 18 Juli 1989
8	Alamat Rumah	:	Jalan Asoka No 191 Perum Bataranila
9	Handphone	:	081373435752
10	Alamat Kantor	:	Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No

			1 Bandar Lampung
11	Alamat e-mail	:	Prasetya.nugeraha@fisip.unila.ac.id
12	Mata Kuliah yang Diampu	:	Manajemen Strategic Pemasaran Bisnis Perilaku Konsumen Bisnis Internasional Manajemen Resiko

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Lampung	Universitas Lampung
Bidang Ilmu	Administrasi Bisnis	Ilmu Administrasi
Tahun Masuk - Lulus	2007-2012	2013-2015
Judul Skripsi/ Thesis	Segmentasi Pasar Makanan Daerah (Soerabi) di Warung Setiabudi Bandung	Personal Branding dan Positioning dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pemilih Pemula yang dimediasi <i>Viral Marketing</i> pada Pemilihan Umum tahun 2014
Nama Pembimbingan	Dr. Baroroh Lestari, S.A.B.,M.A.B dan Hartono, S.A.B.,M.S	Dr. Ari Darmastuti dan Dr. Baroroh Lestari, S.A.B.,M.A.B

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
		Sumber	Jml (juta Rp)
2017	Penggunaan <i>Mobile Commerce</i>	DIPA Fakultas	10.000.000

Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
		Sumber	Jml (juta Rp)
	oleh Remaja di Kabupaten Lampung Selatan : Aplikasi Teori <i>Technology Acceptance Model</i>		
2019	Efektifitas <i>Personal Branding</i> Peserta Pemilihan Umum 2019 DPR RI Dapil I Provinsi Lampung	DIPA Fakultas	10.000.000

D . Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pengabdian	
		Sumber	Jml (JutaRp)
2016	<i>Strategic Factors Analysis Summary Model</i> : Pelatihan Penyusunan Rencana Strategis Pelestarian Kearifan Lokal yang Memiliki Daya Saing Global di Desa Tarahan Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan	Dipa Universitas	7.500.000
2017	Penyuluhan Tentang Kewaspadaan Nasional Dalam Meningkatkan Ketahanan Nasional Bagi Generasi Muda di Desa Agom, Kecamatan Kalianda Kabupaten	Dipa Universitas	20.000.000

Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pengabdian	
		Sumber	Jml (JutaRp)
	Lampung Selatan		

E . Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam 2 Tahun Terakhir

Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor/Tahun	Penerbit

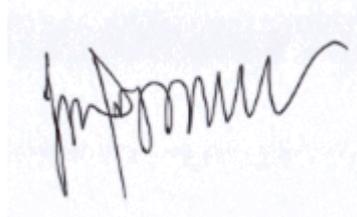
F. Kegiatan Seminar/Lokakarya/Pelatihan/Worskhop yang Pernah diikuti dalam 5

Tahun Terakhir

Tahun	Nama Kegiatan	Penyelenggara	Waktu & Tempat Pelaksanaan
2018	Workshop Penyusunan AUN-QA	FISIP Unila	Oktober 2018, Bukit Randu Hotel
2017	TOT Empat Pilar MPR RI	MPR RI	Hotel 7th Bandar Lampung

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Bandar Lampung, 15 Maret 2021



Prasetya Nugeraha, S.A.B.,M.Si

NIDN. 0218078901

Anggota Penelitian 1

A. Data Identitas Diri

1	Nama Lengkap	:	Drs. A. Efendi, MM
2	Jabatan Fungsional	:	Lektor
3	NIP		19590906 198803 1 001
4	NIDN/SINTA ID	:	0006095904/6687060
5	Program Studi	:	Administrasi Bisnis
6	Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7	Tempat & Tanggal Lahir	:	Lampung, 6 September 1959
8	Alamat Rumah	:	Sukabanyar
9	Handphone	:	0821 771 82 711
10	Alamat Kantor	:	Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No 1 Bandar Lampung
11	Alamat e-mail	:	aefendi@fisip.unila.ac.id

12	Mata Kuliah yang Diampu	:	Kebijakan dan Strategic Pemasaran Manajemen Pemasaran Kewirausahaan Teknik Negosiasi
----	-------------------------	---	---

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Lampung	Universitas Lampung
Bidang Ilmu	Administrasi Publik	Manajemen
Tahun Lulus	1986	2003

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
		Sumber	Jml (juta Rp)
2018	Sociopreneurship : Model Pengembangan Produk Budaya Menjadi Produk Komersial Yang	Mnadiri	10.000.000
2019	Eksplorasi Aristotelian Virtue Ethics(Ave) Dalam Pengambilan	DIPA Fakultas	10.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pengabdian	
		Sumber	Jml (JutaRp)
2019	Pendampingan Pengembangan UMKM terhadap penggunaan E-Commerce untuk memasarkan Produk Tradisional Skala rumah	DIPA Fakultas	7.500.000
2018	Sosialisasi Pendidikan Politik Bagi Pemula di SMA Negeri 1 Kota Agung Kab. Tanggamus	DIPA Fakultas	7.500.000

E . Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam 2 Tahun Terakhir

Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor/Tahun	Penerbit

F. Kegiatan Seminar/Lokakarya/Pelatihan/Worskhop yang Pernah diikuti dalam 5 Tahun Terakhir

			Waktu & Tempat
Tahun	Nama Kegiatan	Penyelenggara	Pelaksanaan
2018	Workshop Penyusunan AUN- QA	FISIP Unila	Oktober 2018, Bukit Randu Hotel
2018	Lokakarya Kurikulum Program Studi	PS Administrasi BISNIS	November 2018, Tanggo Hostel

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Bandar Lampung, 15 Maret 2021

Drs. A. Efendi, MM

NIP. 19590906 198803 1 001

Anggota Penelitian 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dr. Nur Efendi, S.Sos, M.Si
2	Jenis Kelamin	Pria
3	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4	NIP	19691012 199512 1001
5	NIDN	0012106901
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Padang Panjang, 12 Oktober 1969
7	E-mail	Nur.efendi@fisip.unila.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	082186551337
9	Alamat Rumah	Jalan H. Komarudin Gg. Damai 2A No.15 Rajabasa Raya Bandar Lampung
10	Nomor HP	082186551337
11	Mata Kuliah yg Diampu	Perilaku Organisasi Kreatifitas dan Inovasi Kewirausahaan Kebijakan dan Strategi Bisnis Kebijakan dan Strategi Pemasaran

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Lampung	Universitas Padjadjaran	Universitas Padjadjaran
Bidang Ilmu	Perintahan	Manajemen	Administrasi Bisnis
Tahun Masuk-Lulus	89 – 1994	01- 2004	11-2013

Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Hubungan Antara Lama Menempuh Pendidikan Formal, Bermukim, dan Lingkungan Tempat Tinggal dengan Persepsi Transmigran Jawa Tentang Kepemimpinan Ideal	Pengaruh Faktor Organisasional dan Individual Terhadap Stres Kerja dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja (Studi di PT. Pupuk Kujang Cikampek-Jawa Barat)	lembagaan Industri Tekstil di Jawa Barat (Studi di Kabupaten Bandung dan Sumedang)
Nama Pembimbing/Promotor	1. Prof. Dr. Bambang Sumitro, M.S 2. Drs. Hertanto	1. Prof. Dr. Tati Suhartati Yusron, SE, M.S 2. Ernie T. Sule, SE, M.S	1. Prof. Dr. Drs. Sam'un Jaja Raharja, M.Si 2. Prof. Drs. H.A. Djadja Saefullah, M.A, PhD 3. Dr. Dra. Erna Maulina, M.Si

C. Pengalaman Penelitian Dalam 10 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian

1	2011	Model Pemberdayaan Perempuan Miskin di Kelurahan Talang Kecamatan Teluk Betung Selatan Bandar Lampung
2	2011	Pengembangan Sistem Penilaian Pegawai Pemda Lampung Selatan Propinsi Lampung
3	2012	Implementasi Manajemen Perubahan Pada Industri Tekstil ; Studi Kasus Pada Industri Tekstil di Majalaya-Jawa Barat
4	2014	Implementasi <i>Knowledge Management</i> pada Industri Tekstil Kecil dan Menengah di Jawa Barat (2014)
5	2015	Kepuasan Kerja Dalam Perspektif Gender (Studi Pada Pekerja Sektor Non Pemerintah di Bandar Lampung)
6	2016	Potensi Pengembangan Industri Batik di Bandar Lampung
7	2017	Model Pengembangan Kawasan Ekowisata Berbasis Pantai Di Kecamatan Kelumbayan Kabupaten Tanggamus
8	2018	Model Pemberdayaan Masyarakat Desa Berbasis Ekowisata Sebagai Strategi Meningkatkan Status Menjadi Desa Berkembang (Studi Kasus Pada Desa Harapan Jaya Kecamatan Way Ratai Kabupaten Tanggamus)

Publikasi Artikel Ilmiah Dalam 10 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel	Nama Jurnal	Volume/Nomor/ Tahun
	Analisis Tipe Kepribadian dan Komitmen Pengusaha dan Kaitannya dengan Kemajuan Usaha Tahu Tempe di Bandar Lampung.	Jurnal Ilmu Administrasi Sosialita	1. 2 No. 1 Oktober 2011

	Implementasi Manajemen Perubahan pada Industri Tekstil Majalaya.	Jurnal Ilmiah Perspektif Bisnis	Volume 1 Nomor 2 Desember 2013.
	The Institutional of Environment Management on Textile Industry: A Case Study on The Textile Industry in Bandung Regency, West Java-Indonesia.	International Journal of Humanities And Social Science Invention.	Vol. 3 Issues 8. August 2014
	Model Kelembagaan Perizinan Bagi Industri Tekstil di Kabupaten Bandung	Jurnal Sosiohumaniora	Volume 16 Nomor 3 Nopember 2014
	Pengembangan SDM Berbasis Kompetensi Pada Kantor Pemerintah Kota Bandar Lampung	Jurnal Mimbar	Vol. 31 No. 1 Juni 2015
	Model Kelembagaan Pengupahan Pada Industri Tekstil di Jawa Barat	Jurnal Sosiohumaniora	Volume 17 Nomor 3 Nopember 2015
	Marketing Strategy Determination of Lampung Typical Batik in Micro Small Medium Enterprises in Bandar Lampung City by using SWOT Analysis	Journal of Integrative Business and Economics Research	Vol. 8, Supplementary Issue 2, 2019

Pengalaman Jabatan/Pekerjaan

1. Kepala Laboratorium Bisnis pada Jurusan Adm. Bisnis Fisip Unila (1999 – 2001)
2. Ketua Program Studi D3 Sekretaris Fisip Unila (2005 – 2009)

3. Asesor Penjaminan Mutu Universitas Lampung (2006 – 2015)
4. Tim seleksi karyawan koperasi Pertamina (2008)
5. Ketua Jurusan Adm. Bisnis (2009 – 2011)
6. Riviewer proposal Akademi Komunitas Dikti (2012)
6. Sekretaris BPKKN Universitas Lampung (2017 – 2019)
7. Kepala Divisi Tracer Study (2020 – sekarang)
8. Tim seleksi Program Lampung Mengajar (2020)

Pengalaman Pelatihan

1. Pelatihan Perpajakan (1997)
2. TOT dosen Kewirausahaan Sumbagsel (2011)
3. Pelatihan reviewer Proposal Akademi Komunitas Dikti (2012)
4. Pelatihan Fasilitator Desa Tangguh Bencana oleh BNPB (2018)

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya

Bandar Lampung, 15 Maret 2021



Dr. Nur Efendi, S.Sos, M.Si

Anggota Penelitian 3

D. Data Identitas Diri

1	Nama Lengkap	:	Ghia Subagja .,S.E.,M.M.
2	Jabatan Fungsional	:	Tenaga Pengajar
4	NIDN/SINTA ID	:	0027119201/6720944
5	Program Studi	:	Administrasi Bisnis
6	Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
7	Tempat & Tanggal Lahir	:	Jakarta, 27 November 1992
8	Alamat Rumah	:	Jalan Asoka No 190 Perum Bataranila
9	Handphone	:	082280431712
10	Alamat Kantor	:	Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No

			1 Bandar Lampung
11	Alamat e-mail	:	ghia.subagja@fisip.unila.ac.id
12	Mata Kuliah yang Diampu	:	Manajemen Strategic Pemasaran Bisnis Perilaku Konsumen Bisnis Internasional Kreatifitas inovasi

E. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Lampung	Universitas Lampung
Bidang Ilmu	Manajemen	Magister Manajemen
Tahun Masuk - Lulus	2011-2015	2016-2018
Judul Skripsi/ Thesis	Pengaruh Harga Manfaat Atribut dan Kelas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	Sikap Konsumen Dalam Belanja Online
Nama Pembimbingan	Aida Sari S.E.,M.M. Faila Shofa S.E.,M.S.M	Dr. Mahrina Sari, S.E.,Msc. Dr. Dorothy Rouly,S.E.,M.Si.

F. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
		Sumber	Jml (juta Rp)

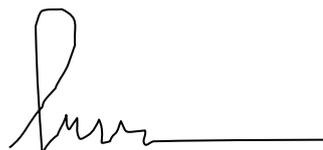
Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
		Sumber	Jml (jutaRp)
2018	Sikap Konsumen Dalam Belanja Online	DIPA Fakultas	10.000.000
2019	Strategi Pengembangan Wisata Hutan Mangrove Sebagai Unit Bisnis Milik Desa Di Desa Tarahan Kecamatan Katibung Lampung Selatan	DIPA Fakultas	10.000.000

D. Kegiatan Seminar/Lokakarya/Pelatihan/Worskhop yang Pernah, diikuti dalam 5 Tahun Terakhir

Tahun	Nama Kegiatan	Penyelenggara	Waktu & Tempat Pelaksanaan
2018	Workshop Penyusunan AUN-QA	FISIP Unila	Oktober 2018, Bukit Randu Hotel
2017	TOT Empat Pilar MPR RI	MPR RI	Hotel 7th Bandar Lampung

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Bandar Lampung, 15 Maret 2021



Ghia Subagja S.E., M.M

