

Penguatan Jaringan Distribusi Salah Sawijining Upaya Ngoptimalake Usaha UMKM

Wahyu Mulia
Wahyum11@gmail.com

ABSTRAK: Perkembangan teknologi digital lan informasi ing Indonesia saya mundhak kanthi cepet, mula iki nyebabake pangembangan aplikasi mitra driver lan media sosial ing Indonesia. UKM Pangan ora ana sing istimewa, UMKM panganan bisa owah kanthi nggunakaké pangembangan aplikasi mitra pengemudi lan media sosial kanggo nggedhekake segmen pasar kanthi nyebar informasi online. Ing informasi media sosial Twitter, pangguna mbukak informasi sing dikenal ana hubungane karo merek. Iki mbuktekake tingkat kesadaran pangguna babagan merek. Informasi saka pangguna yaiku User Generated Content, yaiku rekaman trek sing ditinggalake pangguna ing media sosial. Panliten iki nggunakake fenomena iki kanggo ngukur merek sing paling populer ing media sosial kanggo ngukur kesadaran lan minat wong ing merek mitra driver online. Pemanfaatan analisis pangguna media sosial ing media sosial Twitter nggunakake Social Network Analysis mbantu UKM pangan ing pambiji posisi aplikasi driver-mitra adhedhasar tingkat kesadaran masyarakat ing media sosial Twitter ngenani merek aplikasi driver-mitra. Dadi, riset iki bakal nuduhake lan nemtokake merek sing paling populer ing antarane rong aplikasi mitra driver. Panaliten menika ngginakake metode SNA, kanthi data sekunder awujud tweet konsumen ing Twitter ingkang gayut kaliyan GoFood saha GrabFood. Panaliten menika kalebet panaliten kualitatif ingkang gadhah ancas kangge ngandharaken asil saking fenomena ingkang kadadosan. Asil panliten iki yaiku peringkat merek aplikasi mitra pengemudi adhedhasar tingkat kesadaran pangguna ing media sosial Twitter.

Kata Kunci: Usaha Kecil lan Menengah, Jaringan Sosial, Konten Milenial, Sosial Media

Referensi

- Akram, W. (2017). Sinau babagan Efek Positif lan Negatif Media Sosial ing Masyarakat. *Jurnal Internasional Ilmu Komputer lan Teknik*, 5(10), 347-354. https://www.researchgate.net/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society
- Al-Mubarak, H. and Aruna, M. (2013). Inovasi Teknologi kanggo Pertumbuhan UKM: Persepsi kanggo Emerging Economy. *Jurnal Ekonomi lan Pembangunan Lestari*, 4(3), 156-162. https://www.researchgate.net/publication/278484100_Technology_Innovation_for_SM_E_Growth_A_Perception_for_the_Emerging_Economies
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Suasana Toko dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart BSD, Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1).
- Azka, R. (2019, 12 November). Pira akehe sopir ojek online? Rungokake Panelusuran Bisnis.com! (ing basa Indonesia). *bisnis.com*. <https://economic.bisnis.com/read/20191112/98/1169620/berapa-sih-sum-pengemudi-ojek-online-simak-penelusuran-bisnis.com>
- Bandyopadhyay, S., Rao, A., & Kumar, B. (2011). *Model kanggo Jaringan Sosial kanthi Aplikasi Statistik*. California: SAGE
- Dessler, G. (2015). *Sumber Daya Manusia Edisi 13*. London: Pearson
- Ebrahimi, P., Shirsavar, H.R.A., Forootani, F., Roohbakhsh, N., and Ebrahimi, K. (2018). Entrepreneurship lan Kinerja UKM: Sinau Peran Mediasi Inovasi lan Peran Moderasi Ukuran Perusahaan. Ing: Khajeheian, D., Friedrichsen, M., & Modinger, W. (Eds), *Daya Saing Ing Pasar Berkembang*. Berlin: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71722-7_24

Analisis Manajemen Keuangan Operasional minangka Langkah kanggo Njaga Pendapatan