



DAMPAK ADOPSI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL INDUSTRI MAKANAN DI INDONESIA

VANNISA AYU EKTA VIOLINA



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Dampak Adopsi *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Industri Makanan di Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2026

Vannisa Ayu Ekta Violina
NIM H3401221014



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

VANNISA AYU EKTA VIOLINA. Dampak Adopsi *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Industri Makanan di Indonesia. Dibimbing oleh TURSINA ANDITA PUTRI.

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya pengguna internet di Indonesia membuka peluang besar bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK), khususnya sektor industri makanan untuk mengembangkan pemasarannya melalui *digital marketing*. Namun, tingkat adopsi internet oleh UMK tergolong rendah. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh karakteristik pelaku usaha dan karakteristik usaha terhadap keputusan adopsi *digital marketing* pada usaha mikro dan kecil industri makanan di Indonesia. Data yang digunakan adalah data sekunder Survei Industri Mikro dan Kecil (IMK) tahun 2023. Metode analisis meliputi regresi logistik biner dan *Propensity Score Matching* (PSM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan UMK industri makanan dalam mengadopsi *digital marketing* adalah jenis kelamin, umur pelaku usaha, tingkat pendidikan, pelatihan, inovasi, klasifikasi skala usaha, umur usaha, dan lokasi usaha. Selain itu, adopsi *digital marketing* terbukti memiliki dampak positif signifikan terhadap kinerja usaha yang diukur melalui penerimaan, biaya, dan keuntungan.

Kata kunci: *digital marketing*, kinerja usaha, *propensity matching score* (PSM), regresi logistik biner, UMK industri makanan.

ABSTRACT

VANNISA AYU EKTA VIOLINA. The Impact of Digital Marketing Adoption on the Business Performance of Micro and Small Enterprises in the Food Industry in Indonesia. Supervised by TURSINA ANDITA PUTRI.

The development of digital technology and the increasing number of internet users in Indonesia has opened up great opportunities for Micro and Small Enterprises (MSEs), particularly in the food industry sector, to expand their marketing through digital marketing. However, the rate of internet adoption among MSEs remains relatively low. The purpose of this study is to analyze the influence of business owner characteristics and business characteristics on the decision to adopt digital marketing among micro and small enterprises in the food industry in Indonesia. The data used are secondary data from the 2023 Micro and Small Industry (MSI) Survey. The analytical methods include binary logistic regression and *Propensity Score Matching* (PSM). The results of this study indicate that the factors that significantly influence the decision of food industry MSEs to adopt digital marketing are gender, business owner age, education level, training, innovation, business scale classification, business age, and business location. Furthermore, the adoption of digital marketing is proven to have a significant positive impact on business performance as measured through revenue, costs, and profit.

Keywords: binary logistic regression, business performance, business performance, digital marketing, food industry MSEs, propensity score matching (PSM).



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



DAMPAK ADOPSI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL INDUSTRI MAKANAN DI INDONESIA

VANNISA AYU EKTA VIOLINA

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Etriya, S.P, MM
- 2 Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E, M.Si

Judul Skripsi : Dampak Adopsi *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Industri Makanan di Indonesia

Nama : Vannisa Ayu Ekta Violina

NIM : H3401221014

Disetujui oleh

Pembimbing :
Tursina Andita Putri, S.E., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis :
Dr. Ir. Burhanuddin, MM
NIP. 196802151999031001





@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan November 2025 sampai bulan Mei 2026 ini ialah pemasaran, dengan judul “Dampak Adopsi *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Industri Makanan di Indonesia”. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tursina Andita Putri, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arah, bimbingan, saran, dan selalu mendukung proses penyusunan dan penulisan penelitian ini hingga akhir.
2. Etriya, S.P., M.M. selaku dosen evaluator pada seminar proposal dan dosen penguji utama ujian skripsi penulis yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk memperbaiki penulisan pada penelitian ini.
3. Rahmat Yanuar, S.P., M.Si. selaku dosen moderator pada seminar hasil dan Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si. selaku dosen wakil penguji ujian skripsi penulis yang telah memberikan saran dan masukan pada penelitian ini.
4. Kedua orang tua, Bapak Eko Wahyudi dan Ibu Tatik Farika. Ayah yang tak pernah berhenti berjuang dan berusaha untuk kehidupan penulis, serta Mama yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan motivasi selama proses perkuliahan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di IPB University. Terima kasih atas cinta dan kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta keyakinan yang selalu diberikan terhadap setiap pilihan dan mimpi-mimpi penulis. Semoga Ayah dan Mama senantiasa sehat selalu dan panjang umur, karena penulis ingin keduanya selalu ada di setiap perjuangan dan pencapaian yang akan datang.
5. Adik tercinta, Lovely Tasya Ekta Kirana yang selalu menjadi sumber semangat dan motivasi bagi penulis. Semoga kelak kamu dapat meraih cita-citamu dengan lebih hebat. Kakak selalu bangga padamu.
6. Seluruh teman-teman, yaitu anak bimbingan Bu Dita, sahabat teras alam, kedua sobat KKN, kedua sahabat semasa PKU, Jombang Agriculture Community (JAC), serta sahabat dekat semasa SMP dan SMA yang telah mendoakan, memberi dukungan, dan motivasi kepada penulis pada saat proses penyusunan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2026

Vannisa Ayu Ekta Violina



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Adopsi <i>Digital Marketing</i>	10
2.2 Dampak adopsi <i>digital marketing</i> terhadap kinerja usaha	11
III KERANGKA PEMIKIRAN	14
3.1 Kerangka Teoritis	14
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	20
IV METODE PENELITIAN	22
4.1 Jenis dan Sumber Data	22
4.2 Metode Analisis dan Pengolahan Data	22
4.3 Hipotesis Penelitian	25
4.4 Definisi Operasional	26
V HASIL DAN PEMBAHASAN	29
5.1 Karakteristik Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Makanan di Indonesia	29
5.2 Karakteristik Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Makanan di Indonesia	34
5.3 Karakteristik <i>Digital Marketing</i> pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri makanan di Indonesia	37
5.4 Karakteristik Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Makanan di Indonesia	48
5.5 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan UMK Industri Makanan Mengadopsi <i>Digital marketing</i>	55
5.6 Dampak Adopsi <i>Digital Marketing</i> terhadap kinerja usaha	61
5.7 Implikasi Manajerial	64
VI SIMPULAN DAN SARAN	68
6.1 Simpulan	68
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL

1	Jumlah Perusahaan, Jumlah Tenaga Kerja, Nilai Output dan Produktivitas Usaha Industri Kecil dan Mikro di Indonesia Tahun 2020-2023	3
2	Deskriptif statistik jenis kelamin UMK industri makanan	30
3	Deskriptif statistik umur pelaku UMK industri makanan	31
4	Deskriptif statistik lama pendidikan UMK industri makanan	32
5	Deskriptif statistik pelatihan UMK industri makanan	33
6	Deskriptif statistik inovasi UMK industri makanan	34
7	Deskriptif statistik klasifikasi skala usaha UMK industri makanan	35
8	Deskriptif statistik klasifikasi umur usaha UMK industri makanan	35
9	Deskriptif statistik status badan hukum UMK industri makanan	35
10	Deskriptif statistik lokasi usaha UMK industri makanan	37
11	Penggunaan jenis saluran <i>online digital marketing</i>	38
12	Deskriptif statistik pengguna <i>instant messaging</i>	40
13	Deskriptif statistik pengguna <i>marketplace</i>	42
14	Deskriptif statistik pengguna media sosial	43
15	Deskriptif statistik pengguna e-mail	45
16	Deskriptif statistik pengguna <i>website</i>	47
17	Jumlah saluran <i>online</i> yang digunakan UMK industri makanan	48
18	Rata-rata Penerimaan UMK Industri Makanan	49
19	Rata-rata Persentase Penjualan <i>online</i> UMK Industri Makanan	49
20	Rata-rata Persentase Penjualan <i>online</i> UMK Industri Makanan Berdasarkan Jenis Saluran	50
21	Rata-rata Persentase Penjualan <i>online</i> UMK Industri Makanan Berdasarkan Jumlah Saluran	51
22	Rata-rata Penerimaan <i>online</i> UMK Industri Makanan	51
23	Rata-rata Penerimaan <i>online</i> Menurut Jenis Saluran	52
24	Rata-rata Penerimaan <i>online</i> Menurut Jumlah Saluran	53
25	Rata-rata Biaya UMK Industri Makanan	54
26	Rata-rata Keuntungan UMK Industri Makanan	54
27	Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMK industri makanan dalam menggunakan <i>digital marketing</i>	55
28	<i>Common support</i> pada proses pencocokan	61
29	Hasil perhitungan <i>propensity score matching</i>	62

DAFTAR GAMBAR

1	Alasan masyarakat terkoneksi internet (APJII 2025)	1
2	Jenis kesulitan usaha/perusahaan IMK (BPS 2024)	4
3	Jenis Pemanfaatan Internet oleh UMK industri makanan (BPS 2024)	7
4	AISAS Model	16
5	Kerangka Pemikiran Operasional	21
6	<i>Balance spot</i> sebelum dan sesudah pencocokan	62

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil Deskriptif Statistik sampel	78
2	Hasil Logit Biner	78
3	Uji <i>Goodness of fit</i>	79
4	Hasil <i>Propensity Score Matching</i> (PSM) dengan Metode <i>Nearest Neighbor Matching</i>	80
5	<i>Area Common Support</i>	81
6	Uji <i>Balancing Test</i>	81
7	<i>Robust Check</i> menggunakan metode <i>matching Caliper 0,05 (radius constraint)</i>	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.