



Penelitian Dosen Pemula - DRPM DIKTI Tahun Anggaran 2018



Effektivitas Penggunaan Video Content Marketing Dalam Membentuk Persepsi Dan Perilaku UMKM Untuk Mengimplementasikan Green Economy

Rizka Zulfikar, S.Tp, MM¹⁾ Prihatini Ade Mayvita, SE, MM²⁾

¹⁾ [NIDN : 1106127301](https://orcid.org/0000-0001-1106-1273), ²⁾ [NIDN: 0019057201](https://orcid.org/0000-0001-9057-2011)

Abstrak

Penelitian ini menggunakan media video sebagai perlakuan transfer informasi green economy. Penelitian dilaksanakan di Kalimantan Selatan pada bulan Juli – September 2018. Populasi penelitian ini adalah UMKM di Propinsi Kalsel dengan responden sebanyak 164 UMKM. Metode penarikan sampel dilakukan dengan secara purposive-sampling. Teknik analisis data adalah descriptive statistics tentang karakteristik dan sebaran wilayah responden dan analisis kuantitatif seperti uji validitas dan reliabilitas instrumen dan analisis SEM.

Latar Belakang & Tujuan

Kendala yang sering dihadapi dalam mendorong UMKM untuk mengimplementasikan green economy, adalah minimnya pengetahuan para UMKM. Salah satu media yang dapat digunakan yaitu Video content marketing yang dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan media video content marketing dapat digunakan untuk proses transfer informasi konsep green economy kepada UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji efektifitas penggunaan video content marketing dalam membentuk persepsi dan perilaku UMKM dalam mengimplementasikan green economy.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian eksperimental dengan disain "One group pretest-post test design. Variabel yang diamati adalah perubahan persepsi dan perilaku setelah mendapatkan perlakuan berupa video content marketing.



Kesimpulan

1. Treatment berpengaruh signifikan terhadap perubahan persepsi dan perilaku UMKM dimana nilai CR (8.048) ≥ 1.96 dan probabilitas (0.003) < 0.05 .
2. Treatment memiliki pengaruh tidak langsung terhadap perubahan persepsi dan perilaku karena nilai probability (0.001) < 0.05 , sehingga dapat dikatakan bahwa treatment penggunaan video content marketing dapat memediasi perubahan perilaku UMKM dalam mengimplentasikan green economy.

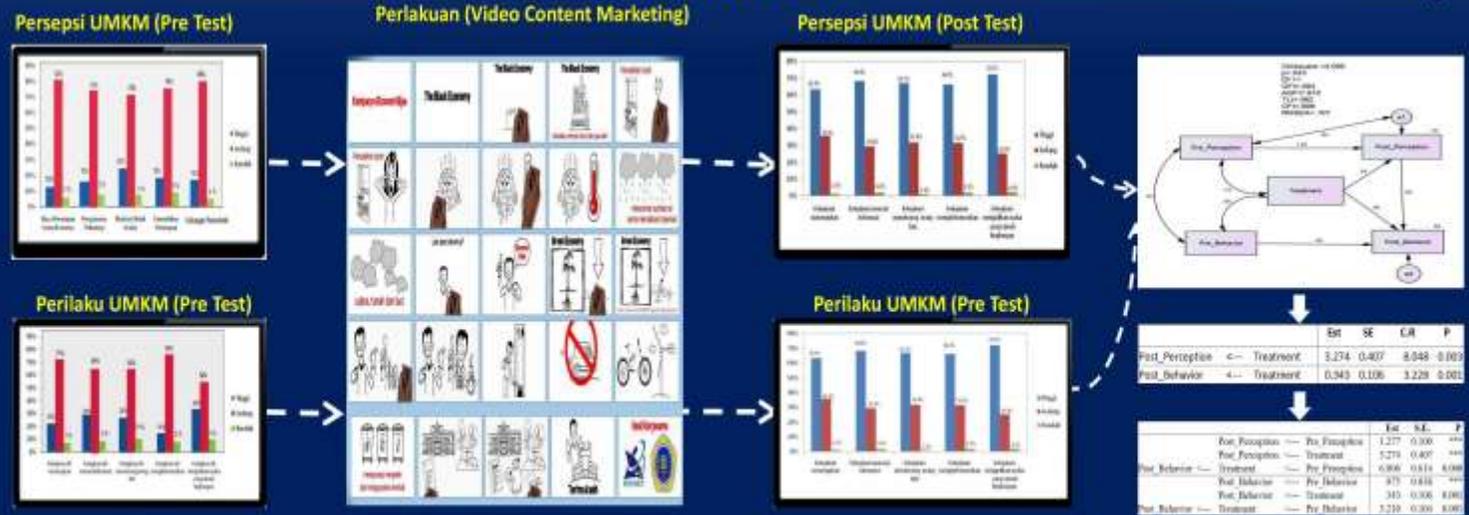
Saran

Dengan diketahuinya efektifitas penggunaan video content marketing dalam sosialisasi green economy maka dapat menjadi pertimbangan bagi pihak terkait untuk mengatur strategi sosialisasi selanjutnya.

Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada DRPM KEMRISTEKDIKTI yang telah mendukung program kemitraan masyarakat untuk tahun 2018.

Hasil Penelitian



Referensi :

- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2018). The Relationship of Perceived Value, Perceived Risk, and Level of Trust Towards Green Products of Fast Moving Consumer Goods Purchase Intention. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 15(2), 85-97.
- Zulfikar, R., Mayvita, P. A., & Purboyo, P. (2019). Pengantar Green Economy.
- Zulfikar, R., & Mayvita, P. A. (2019). Does Green Economy Video Really Work? The Effectiveness of Using Video Content Marketing in Forming MSMEs Perception and Behavior to Implement Green Economy. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 34-45.