

**PENGARUH PARTISIPASI UMKM, MEDIA SOSIAL, DAN
KUALITAS EVENT TERHADAP MINAT KUNJUNGAN SERTA
DAMPAKNYA PADA TINGKAT PENJUALAN PRODUK UMKM**

**(Studi Kasus Pada Pelaksanaan Event Benuanta Fest Tingkat
Provinsi Kalimantan Urata Di Kota Tanjung Selor)**

PROPOSAL SKRIPSI

NAMA : JULIANA

NPM : 202241020



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KALTARA

2026

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor ekonomi kreatif dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Pemerintah juga terus mendorong promosi produk UMKM melalui berbagai kegiatan, salah satunya melalui penyelenggaraan event atau festival yang melibatkan pelaku UMKM sebagai peserta pameran dan penjualan produk. Event-event tersebut tidak hanya menjadi sarana promosi produk, tetapi juga menjadi daya tarik wisata dan hiburan bagi masyarakat.

Salah satu faktor yang mendukung keberhasilan sebuah event adalah tingkat minat kunjungan masyarakat. Semakin tinggi minat masyarakat untuk datang ke suatu event, maka semakin besar pula peluang produk UMKM yang dipamerkan untuk dikenal dan dibeli oleh pengunjung. Oleh karena itu, berbagai faktor perlu diperhatikan dalam menarik minat kunjungan masyarakat, seperti partisipasi UMKM yang beragam, promosi melalui media sosial, serta kualitas penyelenggaraan event itu sendiri.

Di tingkat daerah, pengembangan UMKM juga menjadi perhatian pemerintah daerah di Kalimantan Utara, khususnya di Tanjung Selor sebagai ibu kota

provinsi. Berbagai kegiatan promosi produk lokal sering diselenggarakan untuk memperkenalkan produk UMKM kepada masyarakat luas. Salah satu kegiatan tersebut adalah Benuata Fest yang merupakan event tingkat provinsi dan melibatkan banyak pelaku UMKM dari berbagai daerah di Kalimantan Utara. Event ini menjadi sarana bagi pelaku UMKM untuk mempromosikan serta menjual produk mereka secara langsung kepada pengunjung.

Namun, keberhasilan suatu event tidak hanya ditentukan oleh penyelenggaraannya saja, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Salah satunya adalah partisipasi UMKM. Semakin banyak UMKM yang ikut berpartisipasi dengan berbagai jenis produk yang menarik dan beragam, maka daya tarik event tersebut juga akan semakin meningkat. Partisipasi UMKM yang aktif dapat memberikan pilihan produk yang lebih banyak bagi pengunjung, sehingga mendorong minat masyarakat untuk datang dan berbelanja.

Selain itu, media sosial juga menjadi faktor penting dalam mempromosikan event kepada masyarakat. Saat ini media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi dan promosi yang paling efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara luas dan cepat. Informasi mengenai waktu pelaksanaan, lokasi, serta berbagai kegiatan dalam event dapat dengan mudah diketahui masyarakat melalui media sosial. Promosi yang menarik di media sosial dapat meningkatkan rasa penasaran dan ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi event tersebut.

Faktor lainnya adalah kualitas event yang meliputi kenyamanan tempat, kelengkapan fasilitas, hiburan yang disediakan, serta pengelolaan acara yang baik. Event yang memiliki kualitas penyelenggaraan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pengunjung sehingga mereka merasa puas dan tertarik

untuk datang kembali pada event berikutnya. Sebaliknya, jika kualitas event kurang baik, maka minat kunjungan masyarakat dapat menurun.

Minat kunjungan masyarakat yang tinggi pada suatu event dapat memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, terutama dalam meningkatkan tingkat penjualan produk. Semakin banyak pengunjung yang datang, maka peluang produk UMKM untuk dibeli juga semakin besar. Hal ini tentu menjadi keuntungan bagi pelaku UMKM karena event tersebut dapat menjadi sarana pemasaran yang efektif sekaligus meningkatkan pendapatan mereka.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1.4 MANFAAT PENELITIAN