ABSTRAK

YEREMIA AFRIANTO MANALU. Pengaruh Kemampuan Literasi Digital Terhadap Tingkat Pemasaran Produk UMKM Tanaman Obat Keluarga (Toga) Di Gang Madirsan, Tanjung Morawa. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi digital pelaku UMKM TOGA, tingkat pemasaran produk UMKM TOGA, serta hubungan antara kemampuan literasi digital dengan tingkat pemasaran produk UMKM TOGA di Gang Madirsan, Tanjung Morawa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain ex post facto. Populasi penelitian berjumlah 51 pelaku UMKM TOGA, sedangkan sampel penelitian berjumlah 30 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat. Variabel literasi digital diukur melalui indikator akses teknologi dan internet, pengelolaan informasi digital, komunikasi dan kolaborasi digital, pembuatan konten digital, serta keamanan digital. Variabel pemasaran produk diukur melalui indikator segmenting pasar, targeting pasar, dan positioning pasar. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji Korelasi Spearman Rank dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM TOGA berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata 166,87, sedangkan tingkat pemasaran produk juga berada pada kategori sedang dengan nilai rata-rata 71,57. Hasil uji Spearman Rank menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,047 dengan nilai signifikansi 0,807. Dengan demikian, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kemampuan literasi digital dengan tingkat pemasaran produk UMKM TOGA di Gang Madirsan, Tanjung Morawa. Hal ini terjadi karena penggunaan teknologi digital oleh para pelaku UMKM masih belum dilakukan secara maksimal dalam proses pemasaran.

Kata kunci : Literasi Digital, Pemasaran Produk

THE Character Building UNIVERSITY

ABSTRACT

YEREMIA AFRIANTO MANALU. The Influence of Digital Literacy Skills on the Product Marketing Level of Family Medicinal Plants (TOGA) Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Gang Madirsan, Tanjung Morawa. Skripsi. Medan: Faculty of Education, State University of Medan, 2026.

This study aims to determine the level of digital literacy among TOGA MSME owners, the level of product marketing, and the relationship between digital literacy and product marketing of TOGA MSMEs in Gang Madirsan, Tanjung Morawa. This study employed a quantitative approach with an ex post facto design. The population consisted of 51 TOGA MSME owners, while the sample included 30 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through a closed-ended questionnaire using a five-point Likert scale. Digital literacy was measured using indicators of technology and internet access, digital information management, digital communication and collaboration, digital content creation, and digital security. Product marketing was measured using indicators of market segmentation, targeting, and positioning. Data were analyzed using descriptive statistics and the Spearman Rank Correlation test with SPSS. The findings showed that the digital literacy level of TOGA MSME owners was in the moderate category, with a mean score of 166.87, while the product marketing level was also moderate, with a mean score of 71.57. The Spearman Rank Correlation test produced a correlation coefficient of 0.047 with a significance value of 0.807. Therefore, there was no significant relationship between digital literacy and the level of product marketing of TOGA MSMEs in Gang Madirsan, Tanjung Morawa. This result indicates that digital technology has not been optimally utilized by TOGA MSME owners to support their marketing activities.

Keywords : Digital Literacy, Product Marketing

THE Character Building UNIVERSITY