



## PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS SDM TERHADAP VOLUME PENJUALAN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA KELURAHAN ANTANG KOTA MAKASSAR

Andi Sumarlin<sup>1</sup>, Andi Fitriadi<sup>2</sup>, Syarifah<sup>3</sup>

Universitas Patompo Makassar<sup>1,2</sup>  
Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena<sup>3</sup>

Email korespondensi: [sumarlin.manajemen@gmail.com](mailto:sumarlin.manajemen@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi social media dan kualitas SDM terhadap volume penjualan UMKM selama pandemic covid-19 pada Kelurahan Antang Kota Makassar. Penentuan sampel penelitian menggunakan Teknik sampling *convenience sampling* yaitu salah satu teknik pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei dengan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk dibagikan kepada responden. Selain itu, peneliti juga melakukan studi pustaka beberapa literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier berganda, uji t-test dan koefisien determinasi dengan bantuan program spss. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa secara parsial teknologi media sosial dan kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Berdasarkan koefisien determinasi yang diperoleh dari hasil analisis data diketahui bahwa teknologi media sosial dan kualitas SDM bersama-sama memiliki efek 0,161 atau 16,1 persen pada volume penjualan UMKM.

**Kata Kunci:** Teknologi, Media Sosial, SDM, Penjualan

## THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND HR QUALITY ON SALES VOLUME DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN ANTANG DISTRICT, MAKASSAR CITY

### Abstract

This research aims to determine the influence of social media technology and human resource quality on the sales volume of MSMEs during the Covid-19 pandemic in Antang Village, Makassar City. Determining the research sample used a convenience sampling technique, which is a sampling technique based on the availability of elements and the ease of obtaining them. Samples were taken/chosen because they were available at the right place and time. The data collection technique used in this research is a survey method with a questionnaire. A questionnaire is a list of questions that are prepared systematically to be distributed to



respondents. Apart from that, the researcher also conducted a library study of several literatures related to the research topic. Data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques, t-test and coefficient of determination with the help of the spss program. The research results show that partially social media technology and human resource quality have a positive and significant effect on MSME sales volume. Based on the coefficient of determination obtained from the results of data analysis, it is known that social media technology and human resource quality together have an effect of 0.161 or 16.1 percent on the sales volume of MSMEs.

**Keywords: Technology, Social Media, HR, Sales**

## Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan struktur ekonomi lokal, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dalam pembangunan nasional. Pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan tingkat kemiskinan (Leatemia, 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2018), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah pelaku utama yang mendominasi perekonomian Indonesia. Hal ini terjadi pada saat krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1997-1998. Menurut (Sarfiah, 2019) UMKM sebagai pahlawan atau penopang perekonomian Indonesia, terlihat dari jumlahnya yang terus meningkat pasca krisis tersebut. Sebanyak 64,2 juta UMKM di Indonesia (99 persen dari total unit usaha) tercatat pada tahun 2018 dan memiliki tenaga kerja sebanyak 116,98 juta orang (97 persen dari total tenaga kerja di sektor ekonomi) Sebanyak 60 persen produk Domestik Bruto Indonesia berasal dari UMKM.

UMKM diatur berdasarkan Undang Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas.

Fenomena pandemi *covid-19* terjadi pada awal tahun 2020 di Indonesia, dan menjadi mimpi buruk bagi seluruh sektor di dunia. Bermula mewabahnya virus corona di Wuhan Cina dan terus menyebarnya virus tersebut ke seluruh dunia menghentakkan dan meluluhlantakan seluruh sendi kehidupan. Bukan hanya sektor kesehatan bahkan merebaknya pandemi *covid-19* menyebabkan terjadinya guncangan pada perekonomian dunia. Pelaksanaan kebijakan isolasi dan *social distance* serta tetap tinggal di rumah yang terpaksa harus diambil pemimpin dunia untuk mengendalikan penyebaran virus ini, pada akhirnya menjadi kebijakan tidak populer yang menyebabkan dunia usaha menjadi hancur, dan mengancam keberadaan banyak *start up* yang inovatif hingga menyebabkan terjadinya krisis keuangan secara global (Shehzad *et al*, 2020).

Bank Indonesia menyebutkan sebanyak 87,5 persen UMKM terdampak pandemi covid-19. Dari jumlah ini, sekitar 93,2 persen di antaranya terdampak negatif di sisi penjualan. Menurut survei yang dilakukan bank sentral, pandemi memberi tekanan pada pendapatan, laba, dan arus kas hingga para pemilik usaha memilih untuk *wait and see*. Kebanyakan koperasi yang terkena dampak *covid-19* bergerak pada bidang kebutuhan sehari-hari, sedangkan sektor UMKM yang paling terdampak yakni makanan dan minuman. Kementerian Koperasi dan

UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga paling terdampak pada pandemi *covid-19*.

Kota Makassar merupakan kota yang banyak berdiri industri kecil menengah. Perkembangan UMKM di kota Makassar meningkatkan daya serap tenaga kerja yang paling tinggi dibandingkan dengan unit usaha lainnya, namun kemunculan Pandemi *covid-19* meruntuhkan sendi ekonomi dan berimbas besar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan data Dinas Koperasi Kota Makassar, ada 13,277 UMKM yang terdampak dan kesulitan sejak pandemi *covid-19*. Namun mereka kembali diuji dengan kebijakan pemerintah dalam membatasi jam operasional berdagang. Terkait pandemi *covid-19* Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Sulsel “menyampaikan pihaknya tidak tinggal diam dengan kondisi ini dan melakukan berbagai upaya yang merujuk kepada protokol kesehatan. Salah satu upaya itu adalah mendukung kegiatan UMKM khususnya pada bidang kuliner dengan memfasilitasi model penjualan melalui daring atau grup media sosial seperti WhatsApp”.

Salah satu indikator keberhasilan usaha kecil dan menengah ialah meningkatnya suatu penjualan. Sebagaimana Teori (Kotler, 2005), volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang serta jangka waktu tertentu yang di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. volume penjualan adalah hasil akhir yang dicapai dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Upaya penggunaan media online dianggap mampu untuk meningkatkan volume penjualan. Media aplikasi online belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik ditingkat ekonomi tinggi maupun rendah. Hal tersebut dikarenakan promosi melalui media online lebih mudah menjangkau dan memperkenalkan produknya kepada konsumen. Bagi para pelaku usaha, situasi pandemi saat ini penting untuk diperhatikan sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dengan basis aktivitas digital yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Media sosial telah berkembang sangat cepat dan telah mempengaruhi semua dimensi dari komunitas nasional bahkan dunia. Kondisi saat ini dimana telah terjadi perubahan pola penggunaan internet yang bisa menjadi dasar untuk menyusun strategi pemasaran melalui aktifitas digital.

Ada beberapa teknologi media sosial yang sedang booming saat ini antara lain *Whatsapp*, *Instragam*, *Twitter*, *Line*, *Telegram*, *Facebook*, *Youtube*, dan lain-lain. Media sosial yang saat ini menjadi tren anak-anak muda mengekspresikan diri menjadi peluang besar sebagai media iklan maupun promosi bisnis. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis, baik dari produk produk yang sudah ternama hingga produk buatan sendiri. Dengan internet para pelaku usaha dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini terbukti dengan banyaknya usaha yang mencoba menawarkan berbagai macam produk menggunakan media social (Achmad, 2022).

Media sosial memang sangat diminati UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar, masyarakat lebih cepat menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk produknya karena jaringan internet sangat luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah hingga menjadikan media pemasaran yang efektif (Ahmad, 2020).

Fenomena pandemi *covid-19* terjadi dan masih berlangsung, jumlah tersebut akan terus meningkat seiring dengan adanya kebijakan jaga jarak fisik yang membuat masyarakat melakukan kegiatannya secara daring. Oleh karena itu media sosial dapat dijadikan sebagai alat untuk mengembangkan dan mengoptimalkan usaha terutama usaha mikro kecil menengah (UMKM) khususnya untuk mempromosikan usaha-usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian dari Achmad dkk (2020), bahwa pemanfaatan media sosial memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul yang mengalami dampak pandemic *covid-19*. Hal ini disebabkan karna

sistem pemasaran digital menyediakan platform jual beli secara *daring*, agar memudahkan proses pemesanan dan pembelian. Sehingga pembeli dapat berinteraksi dengan pemilik UMKM untuk melakukan transaksi secara langsung.

Selain itu faktor lain adalah kualitas SDM, meliputi pimpinan UMKM dan tenaga kerja. Pengembangan sumber daya manusia akan menciptakan kondisi dinamis di dalam organisasi. Usaha pengembangan karyawan merupakan faktor penting dalam menjaga kestabilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Usaha pengembangan karyawan secara dini dapat menjaga keseimbangan penurunan prestasi kerja dan pengembangan ini tentu saja perlu dilakukan untuk melihat karyawan yang berprestasi atau berotensi besar untuk dikembangkan pengetahuannya, keterampilannya, dan keahliannya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Apriani, 2021).

Fenomena pandemi *covid-19* telah mengubah secara mendasar kemampuan orang untuk bekerja secara normal, perusahaan beroperasi secara efektif, dan pasar berfungsi secara efisien. Situasi saat ini menuntut dunia usaha untuk mampu beradaptasi dengan mengutamakan kesehatan sumber daya manusia yang dimiliki untuk menunjang keberlangsungan usaha perusahaan. Manajemen perusahaan mengubah tatanan kegiatan operasional dengan senantiasa mengedepankan protokol kesehatan serta melindungi, menjaga dan menciptakan nilai sumber daya manusia.

Sumber daya manusia dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, diwakili oleh sumber daya manusia atau "bakat karyawan" dalam suatu organisasi, yang mencakup sejauh mana anggota memiliki keterampilan dan motivasi yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaan secara efektif (Ratnasari, 2019). Selain itu Kualitas Sumber Daya Manusia merupakan suatu hal yang sama penting dalam perkembangan usaha secara keseluruhan. Sumber daya manusia memiliki kompetensi baik dari aspek fisik maupun aspek intelektual. SDM yang berkualitas mempunyai produktivitas yang tinggi seperti pengetahuan, keterampilan, kompetensi, kewirausahaan, kesehatan fisik dan mempunyai motivasi kerja tinggi. Mereka yang berkompeten tentunya dapat mengelola usahanya dengan baik (Wahid, 2020). Hasil penelitian (Nurdiyanti, 2021), bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Sumber daya manusia terhadap peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Teknologi Media Sosial, dan Kualitas SDM terhadap Volume Penjualan UMKM Selama Pandemi *Covid-19*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh teknologi media sosial terhadap volume penjualan UMKM selama pandemic covid-19 serta untuk menganalisis pengaruh kualitas SDM terhadap volume penjualan UMKM selama pandemic covid-19.

## Metode

Lokasi penelitian ini pada perusahaan UMKM di Kota Makassar Kelurahan Antang selama kurang lebih 1 bulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif bersifat deskriptif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang telah ditentukan dengan melampirkan alternatif jawaban. Kuesioner yang diberikan kepada responden adalah jenis pernyataan yang bersifat tertutup. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang ada di kelurahan Antang Kota Makassar. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode convenience sampling yaitu salah satu Teknik pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel diambil/terpilih karena sampel tersebut ada pada tempat dan waktu yang tepat (Utama, 2001). Teknik Analisa data yang digunakan dimulai dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji heteroskedastisitas, uji regresi berganda, dan uji koefisien determinasi.

## Hasil Dan Pembahasan

### Karakteristik Responden

Pada tabel 1 berikut akan menyajikan karakteristik identitas responden penelitian yang meliputi: jabatan, umur, omzet, jenis kelamin dan Pendidikan terakhir.

**Tabel 1. Profil responden**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase %
1	<b>Jabatan</b>		
	Pemilik	18	45%
	Manajer	12	30%
	Karyawan	10	25%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>
2	<b>Usia</b>		
	25-35 tahun	17	43%
	36-45 tahun	10	25%
	46-50 tahun	12	30%
	>55 tahun	1	2%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	
3	<b>Omzet</b>		
	Maksimal Rp 300 juta	33	83%
	Lebih dari Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar	6	15%
	Lebih dari Rp 2,5 miliar- 50 miliar	1	2%
	Lebih dari 50 miliar	-	-
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	
4	<b>Jenis kelamin</b>		
	Laki-laki	10	25%
	Perempuan	30	75%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	
5	<b>Pendidikan</b>		
	Sarjana	22	55%
	SMA	14	35%
	SMP	4	10%
	<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2022

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel**

Variabel	Indikator	r-Hitung	Keterangan
Teknologi Sosial media	X1.1	1	Valid
	X1.2	0.747	Valid
	X1.3	0.432	Valid
	X1.4	0.501	Valid
	X1.5	0.278	Valid
	X1.6	0.415	Valid
	X1.7	0.341	Valid
	X1.8	0.434	Valid
Kualitas SDM	X2.1	1	Valid
	X2.2	0.666	Valid
	X2.3	0.314	Valid
	X2.4	0.252	Valid
	X2.5	0.195	Valid

Volume Penjualan	Y1.1	1	Valid
	Y1.2	0.188	Valid
	Y1.3	0.198	Valid
	Y1.4	0.208	Valid
	Y1.5	0.255	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel diatas, setiap pernyataan menghasilkan kuesioner korelasi r-hitung yang lebih besar dari R-raliabel. Dengan demikian instrument penelitian dari semua pernyataan adalah valid dengan hasil r-hitung > r-raliabel.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas juga dilakukan dengan statistik yaitu dengan menghitung besarnya Croanbach's Alpha. Jika koefisien alpha yang dihasilkan lebih besar atau sama dengan 0,6 artinya indikator tersebut dikatakan reliabel dan dapat dipercaya. Hasil pengujian reliabilitas disajikan dalam tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas Intrumen variabel

Variabel	Standar Koefisien Alpha	Croanbach's Alpha	Keterangan
Tegnologi Media Sosial	0,6	0,857	Reliabel
Kualitas SDM	0,6	0,641	Reliabel
Volume Penjualan	0,6	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel diatas, koefisien alpha yang dihasilkan lebih besar atau sama dengan 0,6 dengan demikian indikator tersebut dikatakan reliabel dan dapat dipercaya.

### Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smimov. Apabila hasil pengujian memperlihatkan nilai sig lebih besar dari 0,05, maka normalitas terpenuhi. Sebaliknya apabila nilai sig < 0,05, maka normalitas tidak terpenuhi. Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. hasil uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56292068
	Most Extreme Differences	Absolute
Test Statistic	Positive	.069
	Negative	-.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.079
		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas diuji dengan menghitung nilai Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini disajikan pada tabel 5 berikut ini.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.697	4,086		4,086	0,000		
X1	0.251	0,094	0,448	2,662	0,011	0,801	1,249
X2	0.191	0,187	0,173	2,026	0,012	0,801	1,249

Dependent Variable: volume penjualan UMKM

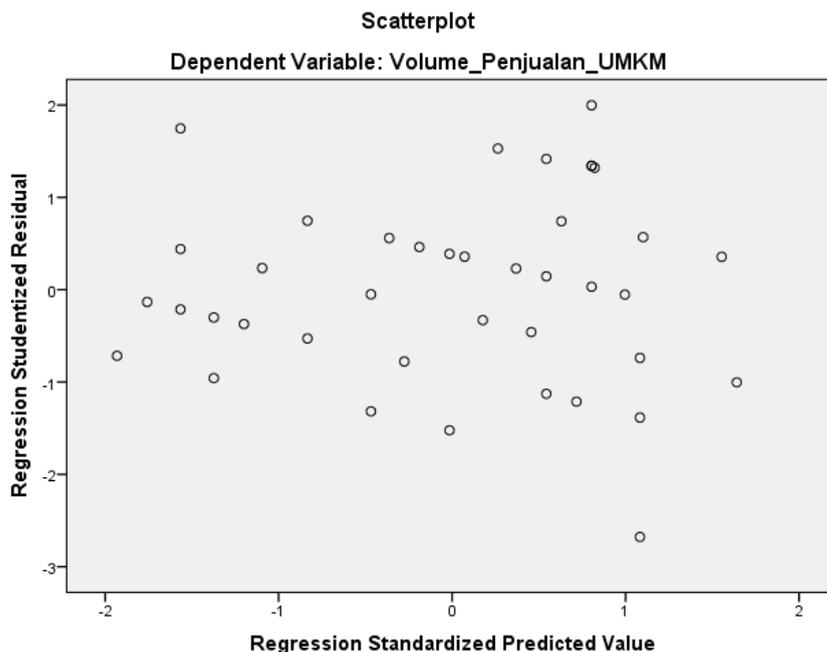
Berdasarkan tabel 5 nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada penelitian ini kurang dari nilai 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi antara sesama variabel dalam model regresi sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas.

**Uji Heterokedastisitas**

Pengujian heterokedastisitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa variansi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mengetahuinya digunakan grafik scatterplot yaitu dengan melihat pola-pola tertentu pada grafik. Dasar pengambilan keputusan pada grafik tersebut sebagai berikut.

- a. Jika titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu secara teratur maka terjadi heterokedastisitas
- b. Jika titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah angka nol maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 1. Uji Heterokedastisitas



Dari gambar scatterplot terlihat bahwa titik-titiknya menyebar, baik di atas maupun di bawah nol dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Untuk melihat bagaimana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen, diterapkan uji determinasi. Angka mulai dari 0 hingga 1 adalah koefisien determinasi. Koefisien determinasi dikatakan "kurang baik" jika kurang dari 0,5, tetapi dikatakan "sangat baik" jika lebih besar dari 0,5.

**Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.402 <sup>a</sup>	.161	.116	1.605

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**Sumber: data diolah, 2022**

Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.10 Diketahui Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,161 maka memiliki arti bahwa Variabel Media Sosial dan Kualitas SDM memberikan sumbangan pengaruh secara Bersama-sama sebesar 16,1 % terhadap Volume Penjualan UMKM dan sisanya dipengaruhi Variabel lain di luar penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika maka diterima dan di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika maka ditolak dan diterima yaitu variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini disajikan pada tabel 4.10 berikut ini.

**Tabel 7. Uji Hipotesis**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.697	4.086		4.086	.000
X1	.251	.094	.448	2.662	.011
X2	.191	.187	.173	2.026	.012

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 16,697 + 0,251X1 + 0,191X2 + e \dots (1)$$

**Teknologi Media Sosial terhadap Volume Penjualan UMKM**

Dari hasil perhitungan t-hitung sebesar 2,662 dibandingkan dengan t-tabel yaitu 1,984 dengan taraf signifikan 5%, jadi t-hitung > t-tabel dengan nilai signifikan 0,011 < 0,05 artinya variabel teknologi media sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan dapat diterima.

**Kualitas SDM terhadap Volume Penjualan UMKM**

Dari hasil perhitungan t-hitung sebesar 2.026 dibandingkan dengan t-tabel yaitu 1,984 dengan taraf signifikan 5%, jadi t-hitung > t-tabel dengan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$  artinya variabel kualitas SDM (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dapat diterima.

## Pembahasan

Dalam penelitian terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebasnya yaitu teknologi media sosial1 (X1) dan kualitas SDM (X2) serta variabel terikat adalah volume penjualan UMKM. Berdasarkan hasil penelitian, teknologi media social berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM dan kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Penjabaran hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat di bawah ini:

### **Pengaruh Teknologi Media Sosial (X1) terhadap Volume Penjualan UMKM (Y)**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel teknologi media sosial berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan UMKM. Dimana variabel teknologi informasi terdiri dari beberapa indikator yaitu perhatian terhadap cara promosi, hubungan dengan konsumen dan efisiensi biaya. Dari analisis uji t, nilai t hitungnya sebesar 2,662 dibandingkan dengan t-tabel yaitu 1,984 dengan taraf signifikan 5%, jadi t-hitung > t-tabel dengan nilai signifikan  $0,011 < 0,05$  artinya variabel teknologi media sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Dapat dijelaskan bahwa penggunaan teknologi media sosial yang mudah untuk berinteraksi dengan konsumen, mudah untuk memberikan informasi seputar produk kepada konsumen, dapat menghemat biaya, waktu dan tenaga dan dapat meminimalisir biaya promosi, apalagi usaha diuji dengan adanya pandemi covid-19 pemerintah mengeluarkan aturan kebijakan dalam membatasi jam operasional berdagang. Terkait pandemi covid-19 Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Sulsel “menyampaikan pihaknya tidak tinggal diam dengan kondisi ini dan melakukan berbagai upaya yang merujuk kepada protokol kesehatan. Salah satu upaya itu adalah mendukung kegiatan UMKM dengan memfasilitasi model penjualan melalui daring atau grup media sosial seperti WhatsApp dll. Adanya teknologi media sosial membuat pekerjaan pemilik/manajer/karyawan dapat memengaruhi volume penjualan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi penggunaa teknologi media sosial maka volume penjualan UMKM akan meningkat, sebaliknya jika penggunaan teknologi social media menurun maka volume penjualan UMKM juga menurun. Hasil analisis ini menerima hipotesis H1 bahwa penggunaan teknologi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM.

Hasil penelitan ini sejalan dengan penelitian dari Achmad dkk (2020), bahwa pemanfaatan media sosial `memberikan prospek yang baik untuk menaikkan angka penjualan produk UMKM yang mengalami dampak pandemic *covid-19*.

### **Pengaruh Kualitas SDM (X1) terhadap Volume Penjualan UMKM (Y)**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas SDM berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan UMKM. Dimana variabel kualitas SDM terdiri dari beberapa indikator keterampilan, kreativitas, kerja sama, dan komunikasi. Dari hasil perhitungan t-hitung sebesar 2.062 dibandingkan dengan t-tabel yaitu 1,984 dengan taraf signifikan 5%, jadi t-hitung > t-tabel dengan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$  artinya variabel kualitas SDM (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Hasil ini dapat dicapai apabila pemilik/manajer/karyawan memiliki keterampilan, kreativitas, kerja sama, dan komunikasi untuk menjadi SDM yang berkualitas. Dengan keterampilan, kreativitas, kerja sama, dan komunikasi, maka pemilik/manajer/karyawan dapat menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen serta dapat menggunakan teknologi dalam kegiatan operasioanl usaha. Apalagi dengan adanya Fenomena pandemi *covid-19* telah mengubah secara mendasar kemampuan orang untuk bekerja secara normal. Situasi seperti ini menuntut dunia usaha untuk mampu beradaptasi dengan mengutamakan kesehatan sumber daya manusia yang dimiliki untuk

menunjang keberlangsungan usaha. Hal ini menunjukkan semakin tinggi penggunaan kualitas SDM maka volume penjualan akan meningkat, sebaliknya jika kualitas SDM menurun maka volume penjualan juga menurun. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis H2 bahwa kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nurdiyanti, 2021), bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Sumber daya manusia terhadap peningkatan volume penjualan, karena sumber daya manusia penting yang bekerja sebagai penggerak dengan tenaga kerja dan pengetahuan yang di miliki dalam memaksimalkan atau memproduksi. Semakin tinggi kualitas sumber daya manusia yang di miliki maka semakin tinggi volume penjualan

## Kesimpulan

Teknologi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Hasil tersebut menjadi bukti dengan adanya teknologi media sosial membuat pekerjaan pemilik/manajer/karyawan dapat memengaruhi volume penjualan selama pandemi covid-19. Kualitas SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan UMKM. Hasil ini dapat dicapai disebabkan pemilik/manajer/karyawan memiliki keterampilan, kreativitas, kerja sama, dan komunikasi untuk menjadi SDM yang berkualitas, sehingga kualitas SDM dapat memengaruhi volume penjualan UMKM selama pandemi covid-19.

## Referensi

- Achmad, A., Dkk. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Umkm Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik*. Jurnal Ilmu Komunikasi.Vol.10, No.1
- Ahmad, Taufik Lubis dkk. 2020. The Impact of Life Style and Sosial Media on Purchasing Decisions in B-One Cafe, Medan. *International Journal of Research and Review Vol.7*.
- Apriani, L. 2021. Pengaruh Volume Penjualan Dan Sumber Daya Manusia terhadap Keberhasilan Usaha Mikro di Kecamatan Kota Baru. Skripsi.
- Arkhiansyah, M.Topan, Bastari. 2021. Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz. Skripsi.
- Faithoni, A. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Mobil dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- OECD Secretary General. (2020). Covid-19: SME Policy Responses (Issue March). [https://oecd.dam-broadcast.com/pm\\_7379\\_119\\_119680-di6h3qgi4x.pdf](https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf)
- Sabdowati, A, S. 2020. Pengaruh Volume Penjualan dan Sumber Daya Manusia terhadap Keberhasilan Usaha Mikro di Kecamatan Kota Baru. Skripsi.
- Surat Edaran No. HK.02.01/MENKES/335/2020 tentang Protokol Pencegahan Penularan COVID-19 di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik) dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha. Jakarta, (2020)
- Swastha, B. 2017. Manajemen Penjualan. *Yogyakarta: BPFE*.
- Wahid, M, N. 2020. Pengaruh Modal Usaha dan Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Perkembangan Usaha Home Industri Kerupuk Kemplang Menurut Perspektif Ekonomi Islam.