

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP DAYA SAING UMKM (STUDI KASUS : PERUM. XYZ)

Muhammad Andika Suherman, Hannie

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS. Ronggo Waluyo, Karawang, Jawa Barat, Indonesia
andika.suherman19020@student.unsika.ac.id

ABSTRAK

Saat ini banyak sekali umkm bertebaran dimana-mana. Masa pandemi kemarin telah meningkatkan banyaknya umkm dikarenakan banyaknya karyawan yang di pecat massal. Mengingat hal ini, tentu saja umkm jadi daya tarik tersendiri meningkatkan banyaknya kehadiran mereka dalam pasar jual beli. Namun, banyak yang belum menyadari poin poin apa yang menjadi daya tarik bagi masing-masing umkm itu sendiri dan pentingnya pengaruh dari sosial media. Analisis ini bertujuan untuk mengukur faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing dari umkm tersebut. Adapun penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dikarenakan untuk melihat faktor apa saja yang sekiranya kurang maupun dianggap berlebih dan tidak perlu dalam suatu usaha. Data dalam penelitian ini diperoleh dari *kuesioner* yang disebar secara daring menggunakan Google Form. Adapun metode pengambilan sampel untuk penelitian kali ini adalah dengan metode *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling* yaitu *purposive sampling*, yang dimana teknik penentuan sampel berdasarkan dari pelaku umkm dan sudah memiliki usaha bisnis. Adapun untuk uji pengolahan data dengan memakai uji validitas dan reliabilitas. Adapun hasil dari penelitian kali ini berupa faktor faktor yang mempengaruhi seperti poin di kuadran 1 dari sini bisa disimpulkan bahwa banyak poin yang dinilai telah cukup bagus dan ada beberapa poin yang diharapkan segera diperbaiki juga.

Kata kunci: *Sosial Media, UMKM, Importance Performance Analysis.*

1. PENDAHULUAN

UMKM adalah kegiatan bisnis skala kecil dalam lingkup yang kecil pula, banyak dari pelaku bisnis masih merambah dari cara yang masih konvensional dan ada juga beberapa yang sudah memanfaatkan sosial media sebagai media promosi bagi usaha mereka. Penggunaan sosial media ini tidak bisa dipungkiri bahwa akan semakin pesat seiring berkembangnya zaman. Dikutip dari BPS pada tahun 2019 bahwa pengguna internet di Jawa adalah 68,04% [1]. Mengingat perumahan yang disebut berada di Karawang, Jawa Barat, maka dari itu angka ini sangatlah penting mengingat tingginya data pengguna internet yang berada dipulau jawa.

Pandemi Covid-19 meningkatkan jumlah pengguna internet dan juga meningkatkan jumlah umkm di Indonesia. Dikarenakan meningkatnya umkm ini maka muncul banyaknya persaingan, sehingga daya tarik dari masing-masing umkm menjadi sebuah poin untuk tetap bisa *survive* di masa sekarang.

Tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengukur faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan ataupun layanan dari UMKM tersebut yang akan dibagi menjadi 4 kuadran dikarenakan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode IPA adalah analisis kinerja kepentingan yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja pentingnya variabel di mata pelanggan dan unit bisnis. Alhasil, unit bisnis akan lebih fokus dalam

menerapkan strategi bisnis yang sejalan dengan prioritas terpenting. [2].

Oleh karena hal seperti sedikitnya pelaku usaha yang memanfaatkan sosial media dan juga kurangnya pemahaman tentang menggunakan sosial media menjadi alasan bagi penulis untuk melakukan penelitian kali ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sosial Media

Sosial media adalah sebuah media atau platform yang dapat diakses melalui jaringan internet [3]. Adapun sosial media merupakan perkembangan ide dari media lama, yang dimana yaitu media yang hanya bisa dapat diakses melalui media konvensional dan elektronik contohnya seperti koran, radio, majalah, dsb.

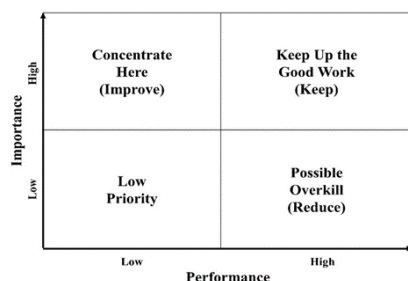
2.2. Dimensi Kualitas Jasa

Jasa adalah sebuah aturan bentuk dalam aktivitas ekonomi yang di mana si penyedia jasa akan memberikan nilai tambah kepada konsumen melalui pengalaman, pengetahuan, atau keahlian yang dimiliki [4]. Adapun 5 macam dimensi kualitas jasa seperti berikut : *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*. [5]. Dimulai dari *tangibles* yang berarti penampilan fasilitas secara fisik, lalu *reliability* adalah pelayanan yang sesuai dengan janji usaha tersebut, kemudian *responsiveness* adalah kesigapan respon karyawan terhadap konsumen dalam memberikan pelayanan, lalu ada *assurance* yang

mencakup kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk yang dijual, lalu yang terakhir empathy adalah perhatian individual yang diberikan oleh penjual kepada konsumen, seperti kemudahan dalam menghubungi penjual tersebut. [6].

2.3. Importance Performance Analysis (IPA)

Konsep ini mencakup bagaimana menghubungkan kebutuhan pelanggan dengan apa hal yang harus dilakukan oleh penyedia jasa terhadap kualitas produk yang berwujud maupun tidak berwujud [7]. Analisis dimulai dengan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan. Responden diminta untuk menilai tingkat yang diinginkan atau pentingnya berbagai atribut, serta kepuasan penyedia layanan dengan masing-masing indikator tersebut. Penelitian ini akan menggunakan dua variabel X dan Y. Variabel X adalah tingkat kinerja pelayanan yang memberikan kepuasan, dan variabel Y adalah tingkat minat pelanggan.



Gambar 1. Importance performance graph

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian data adalah suatu hal yang penting mengingat ini adalah suatu tiang dari penulisan penelitian. Teknik pengumpulan data sendiri digunakan untuk mengumpulkan banyak data yang disesuaikan dengan tata cara penelitian, sehingga mendapatkan hasil yang sesuai [8]. Adapun teknik pengumpulan data disini adalah kuesioner dan studi kepustakaan.

2.5. Teknik Sampling

Sampling adalah teknik yang melibatkan elemen sampel yang akan diteliti dan elemen tersebut adalah objek penelitian yang disebut populasi. Adapun penulis menggunakan teknik sampling dengan pendekatan *nonprobability sampling* dan menggunakan teknik turunan *purposive sampling* yang dimana sampling ini berdasar atas tujuan dari peneliti tersebut yang diantaranya adalah responden sudah mengerti sosial media dan mempunyai bisnis.

2.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sebuah kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan pada umumnya adalah mendukung suatu kelompok variable tertentu. [9].

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (1)$$

Berikut adalah contoh rumus untuk mencari uji validasi data. Yang dimana r adalah koefisien korelasi, n adalah jumlah koresponden, x adalah skor pertanyaan dan y adalah skor total.

Uji Reliabilitas adalah tolak ukur yang menunjukkan seakurat apa alat ukur mampu untuk mengukur. Reliabilitas tidak sama dengan validitas, yang artinya juga rumus untuk mencarinya juga berbeda. [10]. Adapun rumus nya adalah sebagai berikut :

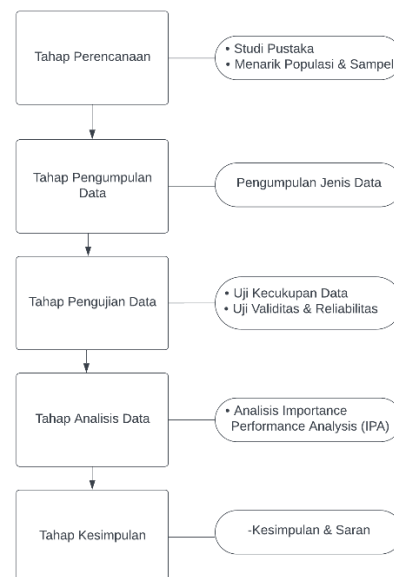
$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right] \quad (2)$$

Berikut adalah contoh rumus untuk mencari uji reliabilitas data, yang diantaranya adalah r adalah reliabilitas instrument, k adalah jumlah butir pertanyaan, sigma rho b adalah jumlah variasi butir pertanyaan dan Vt adalah variasi total.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode yang penulis lakukan adalah pengumpulan data melalui kuesioner dan studi pustaka yang nantinya akan dikaji guna mengidentifikasi faktor-faktor yang berkaitan dengan pengaruh daya saing umkm.



Gambar 2. Alur Penelitian

Berdasarkan alur penelitian diatas, tahapan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima tahapan, dimulai dari tahap perencanaan yang dimana peneliti memulai mencari studi Pustaka dan penarikan terhadap sampel dan populasi. Ditahap kedua peneliti memulai untuk mengumpulkan data yang dimana peneliti mengumpulkan jenis data. Ditahap ketiga

peneliti menguji data yang telah dikumpulkan, tahap ini diantaranya adalah uji kecukupan data, validitas dan reliabilitas data. Ditahap keempat peneliti memulai untuk menganalisis data dengan metode *importance performance analysis* (IPA). Dan ditahap terakhir adalah tahap kesimpulan yang dimana berisi kesimpulan dan saran terhadap penelitian kedepannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Menentukan Populasi dan Penarikan Sampel

4.2. Pengumpulan Data

Adapun data penelitian kali ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang disebut disini adalah kuesioner dan data sekunder nya adalah studi pustaka yang berupa referensi dari buku, artikel maupun internet.

4.3. Tahap Uji Data

a. Uji Kecukupan Data

Dari responden sebanyak 110, penulis mengambil 80 saja dari total responden dikarenakan metode *purposive sampling*, dan didukung oleh rumus roscow yang dimana jumlah sampling harus $n \times$ variabel bebas nya, yang dimana n disini peneliti mengambil 40×2 variabel bebas (paham sosial media dan mempunyai sosial media) sehingga jumlahnya juga menjadi 80 responden.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah semua proses dari mulai penarikan sampel, penentuan populasi, sekarang saatnya untuk di uji validasi nya dengan menggunakan bantuan SPSS. Adapun isi dari uji validitas diantaranya adalah tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, dan yang terpenting di uji validitas adalah jika r hitung harus lebih dari ($>$) r tabel, dengan nilai signifikansi $<0,05$.

Tabel 1. Uji validitas

Pertanyaan	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	Keterangan
	R hitung	R hitung	
1	.490**	.587**	Valid
2	.491**	.699**	Valid
3	.656**	.693**	Valid
4	.473**	.797**	Valid
5	.698**	.745**	Valid

Dari 5 butir pertanyaan/ Pernyataan diatas, dikarenakan taraf signifikansi nya adalah 5% atau 0,05 sesuai dengan tabel tabulasi data bahwa jika jumlah responden alias n sebanyak 80 maka r tabel nya adalah 0,22. Jadi, r hitung diatas semuanya lebih besar daripada r tabel, bisa dikatakan bahwa data ini valid. Berikutnya masuk ke uji reliabilitas, disini peneliti menggunakan Cronbach alpha, data dikatakan reliabel jika tingkat kepentingan dan tingkat kinerja nya lebih dari >0.60

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	6

Gambar 3. Uji reliabilitas tingkat kepentingan

Berdasarkan uji reliabilitas yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa data yang di hasilkan adalah 0,707 yang dimana lebih tinggi dari pada standar minimum dikatakan reliabel yang dimana standarnya adalah 0,60.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

Gambar 4. Uji reliabilitas tingkat kinerja

Berdasarkan uji reliabilitas yang sudah dilakukan dapat dilihat bahwa data yang di hasilkan adalah 0,779 yang dimana lebih tinggi dari pada standar minimum dikatakan reliabel yang dimana standarnya adalah 0,60.

4.4. Tahap Analisis Data

a. Analisis Karakteristik Responden

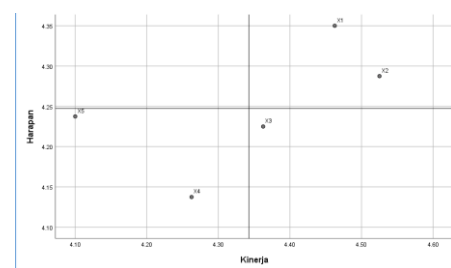
Berdasarkan dari hasil kuesioner yang berjumlah 80 responden bisa dilihat di tabel jenis kelamin seberapa banyaknya responden yang pria dan wanita.

Tabel 2. Analisis karakteristik responden

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Pria	45	56,25%
2.	Wanita	35	43,75%
	Jumlah	80	100%

b. Analisis Importance Performance

Berikut adalah hasil dari pengolahan dengan analisis *importance performance analysis* yang diolah dalam bentuk diagram kartesius seperti berikut :



Gambar 5. Diagram kartesius ipa

Dari tabel diatas, terdapat 5 butir faktor yang dimana masing masing nya adalah :

- X1. Seberapa efektif media sosial membantu UMKM dalam menyajikan informasi atau gambaran yang jelas tentang produk atau layanan yang mereka tawarkan?
- X2. Bagaimana menurut Anda tingkat responsivitas UMKM dalam menanggapi pertanyaan atau tanggapan pelanggan melalui platform media sosial?
- X3. Sejauh mana UMKM menunjukkan empati terhadap kebutuhan atau masalah pelanggan melalui interaksi di media sosial?

- X4. Apakah media sosial membantu meningkatkan kepercayaan Anda terhadap kehandalan produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM?
- X5. Bagaimana pendapat Anda tentang upaya UMKM dalam memberikan jaminan atau informasi yang meyakinkan melalui media sosial terkait kualitas dan keamanan produk atau layanan mereka?

Seperti yang bisa dilihat, bahwa di kuadran 1 tidak ada yang memenuhi syarat untuk prioritas utama alias di kuadran inilah yang terpenting, sedangkan untuk di kuadran kedua ada 2 poin faktor yang tercantum yaitu, X1 dan X2 yang dimana patut dipertahankan. Lalu, di kuadran ketiga ada 2 poin faktor yaitu X4 dan X5, yang dimana ini adalah prioritas rendah yaitu kepentingan kurang penting tetapi kinerja rendah, jadi perlu untuk dipahami agar ini menjadi faktor yang sekiranya menjadi alasan kenapa harus ditingkatkan dalam berusaha. Lalu, di kuadran keempat ada 1 poin yaitu X3, yang dimana kepentingannya kurang penting tapi kinerjanya tinggi.

4.5. Tahap Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian kali ini adalah cukup baik dikarenakan ada 2 faktor yang berada di kuadran 2 yang prioritas tinggi dengan kinerja yang tinggi juga, namun harus diperhatikan juga dengan 2 poin yang kepentingannya kurang penting tetapi tinggi kinerja seperti di kuadran 3.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis yang dilaksanakan dari seluruh tahapan hasil dari pengujian *importance performance analysis* (IPA) untuk daya saing bisnis UMKM yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing bisnis yang perlu diperhatikan ada 3 hal, yaitu empati terhadap kebutuhan masalah pelanggan, kehandalan produk layanan yang ditawarkan oleh umkm, lalu yang terakhir adalah jaminan informasi yang meyakinkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bada Pusat Statistik “Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen),2017-2019”
<https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html> [Accessed: 27-Nov-2023]
- [2] Jackxander, N. (n.d.). Analisis Tingkat Kepuasan Komsumen Terhadap Kualitas Pelayanan PT. SPC Salimah Food (Studi Kasus Jabodetabek).
- [3] UNPAS “Apa itu Sosial Media”
<https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/> [Accessed:27-Nov-2023] .
- [4] Bab II, “Jasa adalah...”
<https://elib.unikom.ac.id/download.php?id=15842> [Accessed:27-Nov-2023]
- [5] Manajemen, R. Ekonomi, F., Bisnis, D. (2011). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pada Loyalitas Pelanggan. In *Binus Business Review* (Vol. 2, Issue Mei).
- [6] Cahyasari, M. (n.d.). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta, 2003.
- [7] Nugraha, R., Harsono, A., & Adianto, H. (n.d.). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis * (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang)
- [8] Universitas Ciputra “Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian”
<https://informatika.uc.ac.id/2016/02/2016-2-18-metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian/> [Accessed:27-Nov-2023]
- [9] Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (n.d.). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS
- [10] Puspasari, H., Puspita, W., Farmasi Yarsi Pontianak, A., & Barat, K. (n.d.). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19 Validity Test and Reliability Instrument Research Level Knowledge and Attitude of Students Towards Elections Health Supplements in Facing Covid-19. In *Jurnal Kesehatan* (Vol. 13, Issue 1). Online. <http://ejurnal.poltekkes-tjk.ac.id/index.php/JK>