

Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan Umkm di Kabupaten Demak

Mochamad Hangga Novian

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Abstract. *This research aims to examine the development of MSMEs in Demak Regency from a review of digital marketing and the quality of human resources. This research uses an explanatory method with a population of MSME actors in Demak Regency and a sample of 100 respondents.*

The results of the study show that: (1) There is an influence of digital marketing on the development of MSMEs in Demak Regency. (2) There is an influence on the quality of human resources on the development of MSMEs in Demak Regency. (3) There is an influence of digital marketing and the quality of human resources on the development of MSMEs in Demak Regency.

The contribution of digital marketing and human resources variables to the development of MSMEs in Demak Regency is 66.40%, while 33.60% is influenced by other factors outside the research.

Based on the results of this research, it can be concluded that digital marketing and the quality of human resources are important factors influencing the development of MSMEs in Demak Regency. Digital marketing can help MSMEs to reach a wider market and increase sales, while the quality of human resources can help MSMEs to develop innovative and quality products and services.

Recommendations that can be given to improve MSME development in Demak Regency are: (1) The government and related agencies need to provide training and assistance to MSMEs to improve digital marketing capabilities and quality human resources. (2) MSMEs need to utilize digital technology to market their products and services. (3) MSMEs need to improve the quality of their products and services in order to compete in an increasingly competitive market.

Keywords: *Digital Marketing, quality of human resources and MSME development.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengembangan UMKM di Kabupaten Demak dari tinjauan pemasaran digital dan kualitas SDM. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dengan populasi pelaku UMKM di Kabupaten Demak dan sampel sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh pemasaran digital terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak. (2) Ada pengaruh kualitas SDM terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak. (3) Ada pengaruh pemasaran digital dan kualitas SDM terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak.

Sumbangan variabel pemasaran digital dan SDM terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak sebesar 66,40%, sedangkan 33,60% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital dan kualitas SDM merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengembangan UMKM di Kabupaten Demak. Pemasaran digital dapat membantu UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan, sedangkan kualitas SDM dapat membantu UMKM untuk mengembangkan produk dan jasa yang inovatif dan berkualitas.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk meningkatkan pengembangan UMKM di Kabupaten Demak adalah: (1) Pemerintah dan instansi terkait perlu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital dan kualitas SDM. (2) UMKM perlu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasanya. (3) UMKM perlu meningkatkan kualitas produk dan jasanya agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci : pemasaran digital, kualitas SDM dan pengembangan UMKM

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dan menjadi sektor yang menyumbang PDB nasional sebesar 61,7% serta berkontribusi menyediakan 97% lapangan kerja. "Indonesia: *Enhancing Competitiveness and Innovation for Inclusive Growth*" (2017) oleh Asian Development Bank (ADB) mencatat bahwa UMKM memiliki peran penting dalam memperkuat daya saing dan inklusivitas

ekonomi di Indonesia. Laporan tersebut menekankan pentingnya dukungan kebijakan dan akses terhadap pembiayaan untuk memperkuat kapabilitas UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Kabupaten Demak, yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Kabupaten Demak, seperti di daerah lainnya memainkan peran penting dalam perekonomian daerah dengan memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, pengurangan disparitas social ekonomi, dan Peningkatan pendapatan masyarakat. Namun, UMKM di Kabupaten Demak masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak terjadi peningkatan jumlah UMKM, aset, dan omsetnya dari tahun 2021 ke tahun 2022, berikut sajian datanya.

Tabel 1.1.
Data Jumlah UMKM, Jumlah Aset UMKM dan Omset UMKM Kabupaten Demak, 2021-2022

Deskripsi	Tahun	
	2021	2022
(1)	(2)	(3)
Jumlah UMKM	31.886	33.402
Jumah Usaha Mikro	27.623	28.489
Jumah Usaha Kecil	3.861	4.511
Jumlah Usaha Menengah	402	402
Jumlah Aset UMKM (Rp)	5.407.756.549.500	5.416.547.731.300
Jumlah Omset UMKM (Rp)	9.378.739.649.273	9.411.753.795.473

Sumber : Disperindag, Koperasi dan UKM Kabupaten Demak

Pada tahun 2022, Kabupaten Demak, seperti banyak daerah di Indonesia, telah mengalami perkembangan UMKM yang signifikan. Umumnya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM di suatu daerah. Yang pertama adalah dukungan pemerintah, Pemerintah Kabupaten Demak berperan penting dalam memberikan dukungan kepada UMKM melalui kebijakan dan program-program yang mendukung perkembangan mereka. Hal ini termasuk pemberian akses pembiayaan, pelatihan dan pendampingan, serta Peningkatan infrastruktur. Kemudian kemitraan dan jaringan, UMKM di Kabupaten Demak juga dapat memperoleh manfaat dari kemitraan dengan lembaga atau perusahaan lain, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kemitraan ini dapat membantu meningkatkan akses pasar, sumber daya, dan peluang bisnis bagi UMKM.

Selanjutnya pengembangan SDM, pelatihan dan Pendidikan merupakan faktor penting dalam perkembangan UMKM. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha UMKM, mereka dapat mengelola Bisnis mereka dengan lebih efektif dan meningkatkan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Kemudian peningkatan akses pembiayaan, akses pembiayaan yang mudah merupakan faktor kunci dalam perkembangan UMKM. Melalui berbagai program pembiayaan yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga keuangan, UMKM dapat memperoleh modal untuk pengembangan usaha mereka. Terakhir pemasaran dan promosi, kemajuan teknologi dan akses ke platform digital telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih luas. Dengan memanfaatkan media sosial dan *platform ecommerce*, UMKM dapat menjangkau pelanggan potensial di dalam dan luar Kabupaten Demak.

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, pemasaran digital telah menjadi faktor kunci dalam mencapai kesuksesan bisnis. Pemasaran digital melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, seperti media sosial, situs web, dan *platform e-commerce*, untuk mempromosikan produk atau layanan kepada calon pelanggan. Penerapan pemasaran digital yang efektif dapat membantu UMKM di Kabupaten Demak untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek dan penjualan.

Perkembangan teknologi digital, termasuk internet dan *platform online*, telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berkomunikasi dengan pelanggan. Pemasaran digital dapat berdampak positif pada pengembangan UMKM di Kabupaten Demak karena akses pasar yang lebih luas. Kemudian biaya yang lebih terjangkau, pemasaran digital sering kali lebih terjangkau dari pada metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak atau televisi. UMKM dengan anggaran terbatas dapat memanfaatkan *platform online* yang hemat biaya seperti media sosial, mesin pencari, atau situs web untuk mempromosikan produk dan jasa mereka. Selanjutnya pengukuran dan analisis yang lebih baik, salah satu keunggulan pemasaran digital adalah kemampuannya untuk melacak dan menganalisis kinerja kampanye secara *real-time*. UMKM dapat menggunakan alat analisis *web* dan *platform* media sosial untuk memahami perilaku pelanggan, mengukur efektivitas kampanye pemasaran, dan mengoptimalkan strategi mereka berdasarkan data yang diperoleh.

Selain itu, kualitas SDM (SDM) juga merupakan faktor yang sangat penting dalam pengembangan UMKM. SDM yang berkualitas akan mampu mengelola bisnis dengan baik, memahami tren pasar, Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Dalam konteks pengembangan UMKM di

Kabupaten Demak, peningkatan kualitas SDM dapat berkontribusi pada peningkatan produktivitas, inovasi, dan efisiensi operasional.

Alasan mengapa kualitas SDM berperan penting dalam pengembangan UMKM. Pertama keterampilan dan pengetahuan, kualitas SDM yang memadai dalam mengelola bisnis. Karyawan yang memiliki keterampilan yang baik dalam area seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, dan teknologi akan dapat mengoptimalkan operasional UMKM dan menghadapi tantangan yang muncul. Kemudian inovasi dan kreativitas, SDM yang berkualitas dalam UMKM mampu menghasilkan ide inovatif dan kreatif untuk pengembangan produk, proses, atau strategi bisnis. Karyawan yang terlatih dengan baik akan memiliki kemampuan untuk berpikir di luar kotak, mengidentifikasi peluang baru, dan menemukan solusi yang unik. Selanjutnya peningkatan SDM yang berkualitas memberikan kontribusi dalam peningkatan produktivitas UMKM. Dengan keterampilan dan pengetahuan yang tepat, karyawan dapat bekerja secara efisien dan efektif. Kualitas SDM juga mencakup kemampuan manajerial yang baik dalam UMKM. Pemilik atau manajer yang memiliki keterampilan manajemen yang kuat, seperti kepemimpinan, perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengambilan keputusan, akan mampu mengelola UMKM dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. SDM yang berkualitas memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka kami tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak”.

KAJIAN TEORI

Pengembangan UMKM

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap. Dalam kamus umum Bahasa Indonesia karya Wjs Peorwadarminta dalam buku Pengembangan Media Pembelajaran karya Sukiman, pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna. Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai.

Jika dikaitkan dengan bisnis maka pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Pengembangan suatu proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial dengan

memanfaatkan keahlian, teknologi, kekayaan intelektual dan arahan pihak luar untuk meningkatkan kualitas Sebagai upaya yang bertujuan memperluas usaha.

Indikator pengembangan usaha menurut penelitian Agustina (2016) menyatakan bahwa indikator pengembangan usaha terdiri dari :

- a. Peningkatan pendapatan
- b. Peningkatan jumlah pelanggan
- c. Peningkatan kualitas produk
- d. Peningkatan kualitas SDM

Pemasaran Digital

Elektronik Marketing menurut Tjiptono (2016) adalah “proses strategik, mengembangkan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang dan jasa kepada pasar sasaran melalui internet atau alat – alat digital seperti smartpone.”

Femi Oktaviani dan Diki Rustandi (2018:6) mengatakan “Digital marketing sebagai media promosi bertujuan untuk menyampaikan atau menyebarluaskan atau memasarkan tentang suatu produk sehingga dapat memengaruhi konsumen untuk membelinya. Kegiatan promosi dapat dilakukan lewat beriklan di media massa, *face to face*, promosi, *door to door* dan sebagainya.”

Jadi pemasaran digital merupakan proses dari sebuah bisnis, dimana terjadi pendistribusian, promosi, penawaran kepada konsumen, dan strategi menarik calon konsumen menggunakan media teknologi digital.

Dalam penelitian ini variabel pemasaran digital dibatasi menggunakan indikator-indikator pada bauran pemasaran yaitu, produk, harga, tempat, dan promosi.

Kualitas Sumber Daya Manusia

M. Dawam Rahardjo (2010:18) menjelaskan pengertian Kualitas Sumber Daya Manusia yaitu:

“Kualitas sumber daya manusia itu hanya ditentukan oleh aspek keterampilan atau kekuatan tenaga fisiknya saja, akan tetapi juga ditentukan oleh pendidikan atau kadar pengetahuannya pengalaman

atau kematangannya dan sikapnya serta nilai-nilai yang dimilikinya.”

Dari definisinya diatas, M. Dawam Rahardjo (2010:18) mengatakan bahwa indikator dari kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Intelektual (Pengetahuan dan Keterampilan) Meliputi:
 - a. Memiliki pengetahuan dan keterampilan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang sesuai dengan tuntunan industrialisasi.
 - b. Memiliki pengetahuan bahasa, meliputi bahasa nasional, bahasa daerah dan sekurang-kurangnya satu Bahasa asing.
2. Pendidikan
 - a. Memiliki kemampuan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi.
 - b. Memiliki tingkat ragam dan kualitas pendidikan sertaketerampilan yang relevan dengan memperhatikan dinamika lapangan kerja baik yang di tingkat lokal, nasional maupun internasional.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian adalah eksplanatori. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Demak dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan sampel dengan observasi, interview, kuesioner dan tinjauan pustaka. Sedangkan untuk teknik pengolahan data melalui proses editing, coding, dan tabulasi setelah itu di analisa dengan teknik analisa data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan penggunaan teknik random sampling yaitu proportional random sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis dalam penelitian menggunakan rumus statistik produk moment dan kolerasi ganda.

HASIL PENELITIAN

1. Tingkat pemasaran digital UMKM di Kabupaten Demak tinggi dengan skor 74,35%
2. Kualitas sumber daya manusia UMKM di Kabupaten Demak termasuk kategori tinggi 73,75%,
3. Tingkat pengembangan UMKM di Kabupaten Demak kategori sangat tinggi dengan skor 77,77%,
4. Ada pengaruh pemasaran digital terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak dengan $r_h > r_t$ atau $0,617 > 0,195$

Untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi "Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Pengembangan UMKM (Y)", digunakan rumus korelasi *product moment*, dengan perhitungan sebagai berikut:

Diketahui:

N	= 100
Nilai ΣX_1	= 3.569
Nilai ΣY	= 3.693
Nilai ΣX_1^2	= 129.493
Nilai ΣY^2	= 137.783
Nilai $\Sigma X_1 \cdot Y$	= 132.865

Penyelesaian :

$$r_{x_1y} = \frac{n(\Sigma x_1 y) - (\Sigma x_1)(\Sigma y)}{\sqrt{(n \Sigma x_1^2 - (\Sigma x_1)^2) \cdot (n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{100(132.865) - (3.569)(3.693)}{\sqrt{(100 \times 129.493 - (3.569)^2) \cdot (100 \times 137.783 - (3.693)^2)}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{13.286.500 - 13.180.317}{\sqrt{(12.949.300 - 12.737.761) (13.778.300 - 13.638.249)}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{106.183}{\sqrt{(211.539) \times (140.051)}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{106.183}{\sqrt{29.626.248.489}}$$

$$r_{x_1y} = \frac{106.183}{172.122,7716}$$

$$r_{x_1y} = 0,617$$

Berdasarkan hasil hitungan korelasi *Product Moment* diperoleh (r) hitung sebesar 0,617, hasil (r) bila dikonsultasikan dengan (r) tabel *Product Moment* dengan (N) 100 taraf kepercayaan 5% (0,195) maka diperoleh (r) hitung > (r) tabel yaitu, (0,617 > 0,195) dengan demikian koefisien korelasi 0,617 adalah **memiliki korelasi**, kemudian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara Pemasaran Digital (X_1) terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak (Y) dapat **diterima**.

5. Ada pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak dengan $r_h > r_t$ atau $0,790 > 0,195$

Untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi "Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Pengembangan UMKM (Y)", digunakan rumus korelasi *product moment*, dengan perhitungan

sebagai berikut:

Diketahui:

N	= 100
Nilai ΣX_2	= 2.655
Nilai ΣY	= 3.693
Nilai ΣX_2^2	= 71.967
Nilai ΣY^2	= 137.783
Nilai $\Sigma X_2 \cdot Y$	= 99.184

Penyelesaian :

$$r_{x_2y} = \frac{n(\Sigma x_2 y) - (\Sigma x_2)(\Sigma y)}{\sqrt{(n \Sigma x_2^2 - (\Sigma x_2)^2) \cdot (n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$
$$r_{x_2y} = \frac{100(99.184) - (2.655)(3.693)}{\sqrt{(100 \times 71.967 - (2.655)^2) \cdot (100 \times 137.783 - (3.693)^2)}}$$
$$r_{x_2y} = \frac{9.918.400 - 9.804.915}{\sqrt{(7.196.700 - 7.049.025) (13.778.300 - 13.638.249)}}$$
$$r_{x_2y} = \frac{113.485}{\sqrt{(147.675) \times (140.051)}}$$
$$r_{x_2y} = \frac{113.485}{\sqrt{20.682.031.425}}$$
$$r_{x_2y} = \frac{113.485}{143.812,487}$$
$$r_{x_2y} = 0,790$$

Berdasarkan hasil hitungan korelasi *Product Moment* diperoleh (r) hitung sebesar 0,790, hasil (r) bila dikonsultasikan dengan (r) tabel *Product Moment* dengan (N) 100 taraf kepercayaan

5% (0,195) maka diperoleh (r) hitung $>$ (r) tabel yaitu, ($0,790 > 0,195$) dengan demikian koefisien korelasi 0,790 adalah **memiliki korelasi**, kemudian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Pengembangan UMKM di

Kabupaten Demak (Y) dapat **diterima**.

6. Ada pengaruh pemasaran digital dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak sebesar 0,815 dan setelah di uji dengan $F_h > F_t$ atau $95,95 > 3,09$

Untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi "Pemasaran Digital (X_1) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) Terhadap Pengembangan UMKM (Y)", digunakan rumus koefisien korelasi berganda, dengan perhitungan sebagai berikut:

Diketahui:

N	= 100
Nilai ΣX_1	= 3.569
Nilai ΣX_2	= 2.655
Nilai ΣY	= 3.693
Nilai ΣX_1^2	= 129.493
Nilai ΣX_2^2	= 71.967
Nilai ΣY^2	= 137.783
Nilai $\Sigma X_1 \cdot X_2$	= 95.765
Nilai $\Sigma X_1 \cdot Y$	= 132.865
Nilai $\Sigma X_2 \cdot Y$	= 99.184
Nilai $\Sigma X_1 \cdot X_2 \cdot Y$	= 3.603.429

Penyelesaian :

$$r_{x_1x_2} = \frac{n(\Sigma x_{1,2}) - (\Sigma x_1)(\Sigma x_2)}{\sqrt{(n \Sigma x_1^2 - (\Sigma x_1)^2) \cdot (n \Sigma x_2^2 - (\Sigma x_2)^2)}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{100(95.765) - (3.569)(2.655)}{\sqrt{(100 \times 129.493 - (3.569)^2) \cdot (100 \times 71.967 - (2.655)^2)}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{9.576.500 - 9.475.695}{\sqrt{(12.949.300 - 12.737.761) (7.196.700 - 7.049.025)}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{100.805}{\sqrt{(211.539) \times (147.675)}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{100.805}{\sqrt{31.239.021.825}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{100.805}{176.745,6416}$$

$$rx_1x_2 = 0,570$$

Kemudian dari hasil perhitungan yang didapat untuk kepentingan korelasi ganda maka dimasukkan ke dalam rumus berikut :

$$R_{y,x_1,x_2} = \sqrt{\frac{r^2y_{x_1} + r^2y_{x_2} - 2ry_{x_1} \cdot ry_{x_2} \cdot rx_1x_2}{1 - r^2x_1x_2}}$$

$$R_{y,x_1,x_2} = \sqrt{\frac{0,617^2 + 0,790^2 - 2(0,617)(0,790)(0,570)}{1 - 0,570^2}}$$

$$R_{y,x_1,x_2} = \sqrt{\frac{0,380 + 0,624 - 0,555}{1 - 0,570^2}}$$

$$R_{y,x_1,x_2} = \sqrt{\frac{0,449}{0,675}}$$

$$R_{y,x_1,x_2} = \sqrt{0,665}$$

$$R_{y,x_1,x_2} = 0,815$$

Berdasarkan hasil hitungan uji statistik diperoleh koefisien korelasi ganda (r) hitung sebesar 0,815, hasil (r) bila dikonsultasikan dengan (r) tabel *Product Moment* dengan (N) 100 taraf kepercayaan 5% (0,195) maka diperoleh (r) hitung > (r) tabel yaitu, (0,815 > 0,195) dengan demikian koefisien korelasi 0,815 adalah **memiliki korelasi**, kemudian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara Pemasaran Digital (X_1) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak (Y) dapat **diterima**.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang bisa diakibatkan oleh variabel pemasaran digital dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak, maka dilakukan uji signifikansi dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F - \text{test} = \frac{r^2_{x_1x_2y} \cdot (n - k - 1)}{1 - r^2_{x_1x_2y} \cdot k}$$

$$F - \text{test} = \frac{0,815^2 \cdot (100 - 2 - 1)}{1 - 0,815^2 \cdot 2}$$

$$F - \text{test} = \frac{0,664225}{0,335775} \cdot 48,5$$

$$F - \text{test} = 95,94$$

Kemudian F_{hitung} dikonsultasikan dengan F_{tabel} , setelah dicari dengan F_{tabel} dengan $N_1=2$ dan $N_2 = 100-2-1= 97$ pada taraf signifikan 5% atau probabiliti 0,05 didapat F_{tabel} yaitu 3,09, sedangkan nilai regresi adalah 95,94. Dengan demikian maka nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 5% (95,95 > 3,09), maka ada pengaruh yang signifikan antara pemasaran digital dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Demak. Maka dapat disimpulkan bahwa “Semakin baik melakukan pemasaran digital dan semakin baik kualitas sumber daya manusia, maka akan semakin berpengaruh terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak”.

Dengan diterimanya hipotesis maka selanjutnya dilakukan analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk menjelaskan kontribusi pengaruh variabel satu terhadap variabel lain. Dalam penelitian ini analisis koefisien determinasi dapat diuraikan sebagai berikut :

Koefisien korelasi dari hubungan pemasaran digital dan kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM atau $r = 0,815$, sehingga koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,815)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,664 \times 100\%$$

$$KD = 66,40\%$$

Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi di atas maka dapat dikatakan bahwa pengaruh Pemasaran Digital (X_1) dan Kualitas Sumber Daya Manusia (X_2) terhadap Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak (Y) mencapai sebesar 66,40% sehingga untuk mendapat hasil

100% maka sisa dari 66,40% yaitu sebesar 33,60% dipengaruhi oleh faktor lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Variabel X_1 dan Y memiliki hubungan, maka pemasaran digital mempengaruhi Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak
2. Variabel X_2 dan Y memiliki hubungan, maka Kualitas Sumber Daya Manusia mempengaruhi Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak
3. Variabel X_1, X_2 dan Y memiliki hubungan, maka pemasaran digital dan Kualitas Sumber Daya Manusia mempengaruhi Pengembangan UMKM di Kabupaten Demak

Saran

1. Pelaku UMKM Kabupaten Demak agar dapat mengikuti arus digital dengan memasarkan produknya melalui marketplace serta memanfaatkan media sosial
2. Pelaku UMKM Kabupaten Demak sebaiknya mengikuti pelatihan atau workshop yang berkaitan dengan pengembangan usahanya
3. Pelaku UMKM di Kabupaten Demak agar memanfaatkan smartphone sebagai media belajar untuk meningkatkan skill

DAFTAR REFERENSI

- Yusuf. 2021. Pandemi Covid-19 Pacu Adaptasi Gunakan Teknologi Digital. Diakses pada 5 Maret 2023, dari www.kominfo.go.id
- Herdioko, Jonathan & Verona Karisma, Carmel. 2021. Pengaruh Media Sosial, Brand Influencer dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli di Marketplace Shopee Pada Saat Pandemi Covid-19. JRMB Vol.16
- Angga, K.P et al., 2017. Rancang Bangun Aplikasi Marketplace penyedia jasa les private di kota Pontianak Berbasis Web. Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi,2 (5), pp.1-5.
- Ortizaku. 2018. Perkembangan Teknologi dalam 10 Tahun Terakhir. Diakses pada 5 Maret 2023, dari digital.ortizaku.com
- Lalita Pristy, Kirana. Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital. Diakses pada 5 Maret 2023, dari <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknyaterhadap-ekonomi-digital>
- Wirapraja, Alexander. Halim, Erni. 2017. Pengaruh Opaque Pricing Sebagai Strategi Pemasaran Industri Perhotelan (Sebuah Studi Literatur). Jurnal Eksekutif Vol.14
- Oktavian,i Femi. Rustandi, Diki. 2018. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. Jurnal P ROvesi Humas Vol.3
- Hartini, Kamus Sosial dan Kependudukan, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L, Manajemen Strategis, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Cahyono Sugiarto, Eddy. 2021. Akselerasi Transformasi Digital dan Pemulihan Ekonomi. Diakses pada 5 Maret 2023, dari <https://www.setneg.go.id/baca/index/akselerasi-transformasi-digital-dan-pemulihan-ekonomi>
- Rumi Humaira, Fatiya. 2022. Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital. Diakses pada 6 Maret 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>
- Laraspati, Angga. 2021. Masa Pandemi Jumlah Populasi UMKM di Demak Naik 13%. Diakses pada 6 Maret 2023, dari <https://finance.detik.com/beritaekonomi-bisnis/d-5496592/masa-pandemi-jumlah-populasi-umkm-didemak-naik-13>
- Kalalo, S.N.A., Moniharapon, S., Arie, F.V..2022. Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Di Camp James Remboken, Jurnal EMBA Vol.10