**BAB I**

**PENDAHULUAN**

# 1.1 Latar Belakang Masalah

Telah banyak kemajuan-kemajuan di bidang perekonomian yang membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Dengan semakin ketatnya persaingan usaha memaksa perusahaan untuk terus menerus melakukan hal-hal baru. Munculnya persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari lagi. Dengan adanya persaingan itu, perusahaan akan dituntut selalu fleksibel dengan mengikuti keinginan pasar dan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada dilingkungan usahanya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain (Putri, A, 2020).

Kewirausahaan adalah sebuah proses menciptakan sesuatu agar bisa bernilai tambah dalam ekonomi. Kewirausaahan adalah serapan dari dua frasa, wira yang artinya laki-laki atau mandiri dan usaha yang berarti sebuah kegiatan dengan mengerahkan tenaga dan pikiran untik mencapai suatu maksud. Di indonesia sendiri, sektor kewirausahaan adalah banyak digeluti oleh para pelaku usaha kecil menengah (UKM). Wirausawan juga membantu pemerintah mengurangi jumlah pengangguran. Dalam memainkan usaha, ketika seorang wirausahawan membuat perencanaan, pasti memliki tujuan. Besar ataupun kecil, kegiatan kewirausaan adalah berdampak pada kehidupan (Huzain, H 2022).

UKM menjadi salah satu sumber terpenting dalam usaha produk dan jasa, maka menjadi kesempatan bagi pelaku usaha UKM untuk

melakukan perkembangan usahanya agar tujuan keberhasilan usaha tercapai. Salah satu cara untuk mengembangkan usaha UKM adalah dengan cara penggunaan media sosial untuk menyebar luaskan usaha tersebut dengan konsumen. Penggunaan media sosial adalah salah satu alternatif yang tersedia untuk memudahkan konsumen berbelanja. Dengan media sosial semuanya akan lebih mudah tanpa harus datang ke lokasi tersebut dan menghemat waktu. Setiap perusahaan harus melakukan berbagai macam cara seperti melakukan penjualan online agar usaha dapat berkembang dengan pesat dan banyak dikenal oleh masyarakat luas. Sebagai kegiatan ekonomi, aktivitas Usaha Kecil Menengah (UKM) telah memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar dan menciptakan mobilisasi faktor produksi meskipun dalam skala kecil. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi UKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa yang lebih baik lagi dengan adanya UKM ini.

Kinerja UKM merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan sebuah gambaran kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sektor baik produksi, distribusi, keuangan maupun pemasaran merupakan syarat mutlak bagi UKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja UKM yang baik pula bagi UKM diharapkan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional. UKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat priorotas oleh pemerintah. Menurut (Widiarti, T 2022) adalah “kinerja UKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasrkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.”Kinerja mengacu pada kesuksesan pribadi dalam mencapai tujuan usaha yaitudari empat perspektif keuangan, pelanggan, proses, serta pembelajaran dan pertumbuhan menurut (Nizam et al., 2020). Berdasarkan pendapat para ahli, penulis menyimpulkan kinerja usaha yaitu bentuk pencapaian atau prestasi perusahaan dari berbagai faktor dalam beberapa waktu tertentu yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan atau perbaikan apabila kinerja yang dilakukan kurang optimal.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja UKM merupakan hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dibandingkan dengan hasil kerja, terget, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah identitas usaha dengan kriteria aset dan omset yang telah ditentukan.

Media Sosial adalah salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untung mendorong pemasaran UKM adalah media sosial. Media sosial memilki potensi untuk menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Contoh-contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah seperti *facebook, youtube, instagram, whatsapp,* dll*.*Bidang usaha pada penelitian ini terdapat 35 UKM diantaranya seperti usaha makanan, usaha parfum, usaha kerupuk udang, dan jasa event.Seluruh UKM yang dijadikan penelitian ini telah mengimplementasikan media sosial sebagai informasi dan komunikasi. Sebagaian besar UKM memanfaatkan berbagai jenis media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp untuk memasarkan dan mengiklankan produk barang dagang. Yang sudah menggunakan media sosial *Facebook*, *Instagramwhatsapp* sekitar 40% untuk menampilkan profil penjualanan dan galeri produk, sedangakan 60% pelaku usaha belum menggunakan media sosial untuk mengiklankan barang dagangannya. Contohnya seperti usaha makanan, usaha parfum, usaha kerupuk udang, dan jasa event.

*Human Capital* atau bisa disebut juga dengan modal manusia merupakan komponen model intelektual yang mencakup berbagai pengetahuan, keterampilan, kemampuan, pengalaman, kecerdasan, kreativitas dan motivasi yang dimilki oleh individu dalam suatu perusahaan atau organisasi. Modal manusia merupakan bagian penting dari modal dari modal intelektual. Komponen ini adalah sumber inovasi dan perbaikan, tetapi merupakan faktor sulit untuk diukur. Dan human capital juga harus memilki keahalian yang baik untuk mengembangkan suatu UKM. Dengan memilki kemampuan dan keahlian maka suatu UKM akan berjalan dengan baik (Kasmawati, Y, 2017).

Modal manusia juga merupakan sumber pengetahuan, keterampilan dan kompensasi yang sangat berguna dalam suatu organisasi atau perusahaan, modalmanusia sangat berperan penting dalam sebuah UKM untuk meningkatkan produktivitas kerja, menghasilkan layanan profesional, dan memberikan solusi yang tepat berdasarkan pengetahuan yang dimilki pelaku UKM.Modal manusia sangatlah berperan penting dan strategis dalam mendukung daya saing sebuah kawasan. Human capital sangat dibutuhkan oleh para pekerja yang diperoleh melalui pendidikan maupun pelatihan untuk menunjang pengalaman kerja human capital sangat diperlukan untuk menunjang kemampuan dalam memproduksi barang dan jasa dan meningkatkan produktivitas (Hudaya, 2015).

Inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat bersaing dalam berusaha dengan usaha lain. Inovasi adalah suatu ide atau gagasan tersebut bisa baru atau menambahkan beberapa ide sebelumnya. Peran inovasi menjadi salah satu kunci untuk memenangkan persaingan pasar. Inovasi merupakan perubahan yang mencakup kreatifitas untuk menciptakan produk baru, jasa, ide atau proses baru yang dikembangkan di dalam maupun di luar perusahaan. Seperti inovasi kerupuk udang, roti, parfum dan lain-lain. Adapun data UKM Kecamatan Tanjung Morawa terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**

**Data UKM Kecamatan Tanjung Morawa**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Desa** | **Sektor Usaha** | **Jumlah industri UKM** |
| 1 | Telaga Sari | Ternak ayam | 3 |
| 2 | Buntu bedimbar  | Kerupuk Udang | 3 |
| 3 | Telaga Sari  | Roti Seribuan | 10 |
| 4 | Jl. Dahlan  | Today 88 Parfume | 4 |
| 5 | Tanjung Morawa sekitar | Baba Parfume | 5 |
| 6 | Sena  | Baba Parfume | 5 |
| 7 | Bangun Sari | Dimas Pesta | 1 |
| 8 | Limau Manis | Keripik Pisang dll | 4 |
|  | **Jumlah 35 UKM** |

Sumber : UKM Kecamatan Tanjung Morawa, Tahun 2023

Tabel 1.1 di atas, menujukkan beberapa jumlah UKM di Kecamatan Tanjung Morawa sebanyak 35 UKM dimana lokasi yang paling banyak di desa Telaga Sari terdapat 13 UKM.

**Tabel 1.2 HASIL DATA PRA SURVEY**

**Indikator Media Sosial**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator media sosial** | **Tidak Setuju** | **Persentase** | **Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Pengelolaan postingan baik pada fitur media sosial sangat menarik dan tidak mononton | 6 | 60% | 4 | 40% |
| 2 | Media sosial dapat memberikan saran dan masukan untuk pekerja | 5 | 50% | 5 | 50% |
| 3 | Penyampaian interaction kepada pekerja sangat baik | 4 | 40% | 6 | 60% |
| 4 | Saya tidak tertarik untuk membeli barang saat semua membeli barang yang sedang trend | 7 | 70% | 3 | 30% |
| 5 | Media sosial memudahkan semua para pekerja dalam bekerja | 8 | 80% | 2 | 20% |

Sumber : Hasil pra survey, 2023

Berdasarkan hasil pra *survey* yang dilakukan oleh peneliti 10 responden dapat dilihat 80% responden tidak setuju karena dapat diketahui tida semua media sosial memudahkan semua para pekerja UKM. Hal tersebut disebabkan dengan faktor kurangnya layanan dan jaringan yang tersedia.

**Tabel 1.3 HASIL DATA PRA SURVEY**

**Indikator *Human Capital***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator *Human Capital*** | **Tidak Setuju** | **Persentase** | **Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Saya mempunyai pengetahuan yang baik dalam mengelola UKM  | 5 | 50% | 5 | 50% |
| 2 | Saya memiliki keahlian yang baik dalam mengembangkan UKM | 2 | 20% | 8 | 80% |
| 3 | Kemampuan yang dimilki mampu membuat UKM saya berjalan dengan baik | 7 | 70% | 3 | 30% |
| 4 | Keterampilan yang saya miliki dapatmenyelesaikan permasalahan yang ada di UKM | 6 | 60% | 4 | 40% |

Sumber : Hasil pra survey, 2023

Berdasarkan dari hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti 10 responden UKM Kecamatan Tanjung Morawa dapat dilihat bahwa didalam human capital terlihat ada responden yang menjawab tidak setuju dari hasil pertanyaan indikator human capital yaitu sebanyak 70% responden tidak setuju karena berdasarkan kemampuan yang dimilki tidak sesuai dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih perlu memilki kemampuan yang lebih agar berjalan dengan baik. Dan keterampilan yang dimiliki juga tidak sesuai untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada, hal ini dapat dilihat pada hasil pra survey sebanyak 60% responden tidak setuju.

**Tabel 1.4 HASIL DATA PRA SURVEY**

**Indikator Inovasi Produk**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator Inovasi Produk** | **Tidak Setuju** | **Persentase** | **Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Kualitas produk yang saya jual memilki daya tahan yang cukup lama | 7 | 70% | 3 | 30% |
| 2 | Produk yang saya jual memilki berbagai jenis varian untuk dipasarkan | 4 | 40% | 6 | 60% |
| 3 | Produk yang saya jual memilki desain yang unik untuk menarik pelanggan | 8 | 80% | 2 | 20% |

Sumber : Hasil pra survey, 2023

Berdasarkan hasil data pra survey indikator inovasi produk bahwasanya masih ada UKM yang menjawab tidak setuju pada pertanyaan produk yang dijual memilki desain yang unik untuk menarik pelanggan sebanyak 80%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM Kecamatan Tanjung Morawa produk yang belum maksimal dalam berinovasi untuk menarik pelanggan.

**Tabel 1.5 HASIL DATA PRA SURVEY**

**Indikator Kinerja UKM**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Tidak Setuju** | **Persentase** | **Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Penjualan UKM saya meningkat di 3 tahun terakhir  | 8 | 80% | 2 | 20% |
| 2 | UKM yang saya jalankan memilki tingkat keuntungan selama 3 tahun terakhir | 5 | 50% | 5 | 50% |
| 3 | Saya merasa puas berwirausaha karena pertumbuhan UKM saya sangat pesat | 7 | 70% | 3 | 30% |

Sumber : Hasil pra survey, 2023

Berdasarkan hasil pra *survey*didalam indikator kinerja UKM bahwa masih ada UKM yang menjawab tidak setuju dengan adanya pertanyaan UKM yang meningkat di 3 tahun terakhir sebanyak 80%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM masih belum optimal dalam menajalankan berwirausaha. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, *Human Capital* dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Di Kecamatan Tanjung Morawa"**

# 1.2 Identifikasi Masalah

# Dari latar belakang yang telah penulis paparkan, maka identifikasi masalah penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Para UKM Kecamatan Tanjung Morawa belum memiliki kinerja yang baik sehingga akibatnya kurang puasnya sistem atau prosedur kerja yang terdapat di UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
2. Para UKM belum bisa memanfaatkan media sosial secara maksimal disebabkan banyak pelaku UKM yang belum paham betul dengan media sosial.
3. Kurangnyapelaku UKM yang mengelola manusia sebagai modal berharga yang perlu ditingkatkan nilainya sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pelaku UKM tersebut.
4. Para UKM dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mengenalkan produknya tidak memiliki keunggulan berinovasi.

# 1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih mengarahkan penulis dalam penelitian ini, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh media sosial, *Human Capital* dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

# 1.4 Rumusan Masalah

Menurut (Sugiyono, 2016:35) rumusan masalah merupakan suatu pernyataan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Maka berdasarkan batasan masalah yang telah ditentukan diatas dapat dirumuskan permasalahannya yaitu :

1. Apakah media sosial berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
2. Apakah *Human Capital* berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
4. Seberapa besar pengaruh media sosial, *Human Capital* dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

**1.5 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Human Capital* terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
3. Untuk mengetahui inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial, *Human Capital* dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa.

**1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai pengalaman, pengetahuan dan pengembangan teori yang selama ini diperoleh dalam proses perkuliahan tentang media sosial, *Human Capital*, inovasi kerja dan kinerja UKM.

1. Bagi UKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi UKM di Kecamatan Tanjung Morawa mengenai pentingnya media sosial, human capital dan inovasi produk sehingga kedepannya UKM dapat lebih meningkatkan kemampuannya dalam mengelola usaha dan sehingga dapat mendorong kinerja yang dimiliki.

1. Bagi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dan referensi bagi akademis ataupun pihak-pihak yang membutuhkan khususnya yang berkaitan dengan UKM.