

EFEKTIVITAS PELATIHAN KARYAWAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DKI JAKARTA

Widya Granita

*Fakultas Bisnis dan Ilmu Social
IULI-International University Liaison Indonesia
granitawidya@gmail.com*

Yamiati Safarini

*Fakultas Pasca Sarjana
Magister Ilmu Komunikasis Universitas Mercu Buana
amiesafarini@gmail.com*

ABSTRACT

The strategic role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in economic growth in Indonesia is important, not only in terms of employment but also product distribution. Information and communication technology has been used to expand market share and increase the competitiveness of MSMEs. In the era of industrial revolution 4.0, MSMEs must continue to innovate by encouraging the growth of new marketplaces that become channels of sales and maximizing the marketing of MSME products. The use of social media can improve the performance of industries engaged in small and medium scale businesses. For this reason, we need human resources who have expertise along with the development of dynamic digital technology. The training held by the organization will improve the ability and knowledge of employees and have a positive effect on employee work performance and the organization itself. Based on the thinking of acceptance and use of digital technology and employee training programs, this study seeks to examine the interaction of the effectiveness of employee training and the use of social media on the performance of MSMEs. Primary data was obtained from distributing questionnaires to MSME employees in DKI Jakarta province. MSME business actors are expected to be able to understand the important role of employee training and the use of social media as one of the channels of sales and marketing communication and the factors that influence the performance of MSMEs, so that they can be a driving force in increasing revenue.

Keywords: *digital technology, social media, employee training, performance*

ABSTRAK

Peran strategis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat penting, tidak hanya dalam hal penyerapan tenaga kerja tetapi juga distribusi produk. Teknologi informasi dan komunikasi telah digunakan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Di era revolusi industri 4.0, UMKM harus terus berinovasi dengan mendorong tumbuhnya *marketplace* baru yang menjadi kanal penjualan dan memaksimalkan pemasaran produk-produk UMKM. Penggunaan

media sosial dapat meningkatkan kinerja industri yang bergerak pada skala usaha kecil dan menengah. Untuk itu diperlukan sumber daya manusia yang memiliki keahlian seiring perkembangan teknologi digital yang dinamis. Pelatihan yang diadakan oleh organisasi akan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan karyawan dan berpengaruh positif terhadap performa kerja karyawan dan organisasi itu sendiri. Berbasis pada pemikiran penerimaan dan penggunaan teknologi digital serta program pelatihan karyawan, penelitian ini berupaya untuk menelaah interaksi efektivitas pelatihan karyawan dan penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner pada karyawan UMKM di propinsi DKI Jakarta. Pelaku bisnis UMKM diharapkan dapat memahami peran penting dari pelatihan karyawan dan penggunaan media sosial sebagai salah satu kanal penjualan dan komunikasi pemasaran serta faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, sehingga dapat menjadi motor penggerak keberhasilan dalam meningkatkan pendapatan

Kata Kunci: teknologi digital, sosial media, pelatihan karyawan, kinerja

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berperan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain peranan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa Indonesia pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh (Bank Indonesia, 2015). Krisis yang menimpa Indonesia tahun 1997 diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS dan krisis moneter yang berdampak pada perekonomian Indonesia yakni resesi ekonomi. Hal ini merupakan pelajaran yang sangat penting untuk kembali mencermati suatu pembangunan ekonomi yang benar-benar memiliki struktur yang kuat dan dapat bertahan dalam situasi apapun (Anggraini dan Nasution, 2013).

Data Badan Pusat Statistik (2014) menunjukkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru semakin meningkat, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99%. Sisanya, sekitar 0,01% atau 4.968 unit adalah usaha besar. UMKM merupakan usaha yang tidak tergantung pada pinjaman asing sehingga ketika nilai tukar Indonesia melemah karena krisis, UMKM relatif mampu bertahan dibandingkan usaha besar yang mendapatkan modal pinjaman dari pihak asing. Pertumbuhan jumlah UMKM (BPPS, 2014) dapat dilihat pada Gambar 1.

Penelitian terdahulu telah mengkaji dan memberikan masukan untuk pengembangan UMKM di Indonesia. Supriyanto (2006) menyatakan bahwa salah satu solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia dengan cara mengembangkan UMKM. Data dari Badan Pusat Statistik (2014) menunjukkan potensi UMKM berkontribusi sangat signifikan sebesar 97,2% dalam penyerapan tenaga kerja, sehingga pada tahun 2013 berkontribusi pada PDB sebesar 59,1%.



Gambar1. Pertumbuhan dan Jumlah UMKM di Indonesia.
Sumber : Badan Pusat Statistik, 2014.

Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan guna mendukung pertumbuhan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor lainnya. Kondisi ini telah menyadarkan banyak pihak, untuk memberikan porsi lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil, dan menengah. Persoalan klasik seperti akses permodalan kepada lembaga keuangan pun mulai bisa teratasi. Karena di dalam peraturan itu tercantum mengenai perluasan pendanaan dan fasilitasi oleh perbankan dan lembaga jasa keuangan non-bank (LPPI dan BI, 2015:1).

Perhatian yang besar dari pemerintah terwujud dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Regulasi ini menjadi payung hukum sehingga gerak UMKM menjadi semakin leluasa. Persoalan klasik seperti akses permodalan dari lembaga keuangan teratasi dengan perluasan pendanaan dan fasilitasi oleh perbankan dan lembaga jasa keuangan non-bank (BI, 2015). Perbankan mulai agresif menyalurkan kredit kepada UMKM sehingga lambat laun mengalami pertumbuhan dan bisnis UMKM tidak lagi dipandang sebagai bisnis kelas dua. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa secara umum pertumbuhan penyaluran kredit perbankan lebih tinggi dibandingkan total kredit perbankan. Porsi terbesar masih dipegang oleh Bank Persero, yaitu sebesar 50%, sementara Bank Swasta Nasional sekitar 40%, BPD 7% dan Bank Asing serta Campuran sekitar 3%.

Kegiatan bisnis berbasis platform digital khususnya sosial media di Indonesia berperan penting dalam menggerakkan pertumbuhan UMKM nasional. Gaya hidup digital dengan memanfaatkan sosial media sebagai ujung tombak etalase pemasaran produk UMKM. Pengguna internet di Indonesia sebanyak 143 juta dan aktif (Kemenkominfo (2018) memberikan data ekonomi berbasis sosmed dari jumlah pengguna internet di Indonesia 143 juta orang. Dari jumlah tersebut sekitar 130 juta orang merupakan pengguna medsos yang aktif. Sayangnya hanya 15% yang menggunakan internet untuk

belanja barang online, serta 93% produk yang dijual di e-commerce adalah produk impor. Hal ini mengandung arti potensi e-commerce masih terbuka lebar dan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM.

Penggunaan teknologi digital dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing UMKM, melalui salah satu aplikasi yang dapat mengintegrasikan proses bisnis UMKM. Menurut Saputro, Handayani, Nizar dan Budi (2010), ERP adalah suatu *framework* transaksi enterprise yang menghubungkan proses pemesanan barang, manajemen inventaris, perencanaan distribusi dan produksi, serta keuangan. ERP bekerja sebagai kekuatan lintas fungsional perusahaan yang mengintegrasikan dan mengotomatisasi berbagai proses bisnis internal dan sistem informasi termasuk manufacturing, logistik, distribusi, akuntansi, keuangan, dan sumber daya manusia sebuah perusahaan. Aplikasi ERP memudahkan melihat laporan penjualan dan stok, penambahan item barang yang dijual, data transaksi yang lebih tersusun, meminimalkan laporan manual sehingga laporan lebih valid dan aktual, serta pemilik usaha dapat melihat laporan secara *online* bahkan memantau cukup lewat ponsel.

Di era revolusi industri 4.0 UMKM harus terus berinovasi dengan mendorong tumbuhnya *marketplace* baru yang bisa menjadi tempat penjualan dan memaksimalkan pemasaran dari produk-produk UMKM. pemerintah terus mendorong UMKM agar semakin inovatif dalam proses produksi, pengemasan distribusi, dan marketingnya dengan memanfaatkan bisnis daring yang semakin berkembang saat ini (Kementerian UMKM, 2018).

Peluang bisnis di pasar daring masih sangat terbuka lebar bagi pelaku UMKM. Hal ini harus dimanfaatkan untuk memperluas jaringan distribusi dan pemasaran sehingga bisnis UMKM semakin menguntungkan. Penggunaan beragam platform atau aplikasi yang berbasis digital menjadi sangat penting dipergunakan oleh pelaku UMKM agar pertumbuhan bisnysnya semakin maju. Tantangan di masa depan adalah memastikan terjadinya transformasi UMKM dari ekonomi informal menjadi ekonomi formal sehingga berkontribusi tinggi terhadap peningkatan kesejahteraan dan ekonomi nasional. Keunggulan bersaing dengan terus berinovasi dengan kreativitas tinggi harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang, khususnya strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dan analisis SWOT (Suci, 2017).

Secara organisasi, dari sisi UMKM tentunya perlu memastikan ketersediaan internal kapabilitas yang sangat kuat, khususnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas. SDM merupakan komponen sentral dan penting di dalam sebuah organisasi. Menurut Widarsono (2009), SDM memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan daya saing perusahaan untuk berkompetisi di pasar global. Faktor SDM dikatakan penting karena manusialah yang melakukan fungsi-fungsi operasional seperti merancang, memasang, mengoperasikan, dan memelihara sistem integral di dalam perusahaan (Nasution, 2008). Semakin tinggi kinerja dari SDM maka akan semakin tinggi pula kinerja suatu organisasi. Oleh karena itu penting bagi setiap organisasi memiliki karyawan yang berkemampuan dalam bekerja sehingga memberikan kontribusi positif bagi organisasi atau perusahaan.

Temuan penelitian yang dilakukan Halawi dan Haydar (2018) menunjukkan bahwa kapabilitas, kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan sangat berpengaruh positif terhadap performa kerja karyawan tersebut. Oleh sebab itu membangun kapabilitas terus dilakukan dengan pelatihan baik *hardskill* maupun *softskill*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Motlokoa, Sekantsi dan Monyoloc (2018) menunjukkan bahwa pelatihan yang diadakan oleh organisasi yang berbasis kebutuhan karyawan dapat

meningkatkan kinerja karyawan dan juga berdampak pada kinerja organisasi. Bhat (2013) memperkuat pendapat adanya pengaruh positif dari pelatihan terhadap kinerja pada sektor retail perbankan di India, dimana pelatihan pada karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan.

Hasil temuan Nidhi Maitel, Chaubey, dan Gupta (2012) memperlihatkan bahwa keberhasilan dan pertumbuhan organisasi bergantung pada efektivitas dan efisiensi kinerja dan motivasi kerja karyawan. Dikemukakan pula bahwa karyawan merupakan *basic building blocks* pada sebuah organisasi. Terdapat beberapa aspek yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga kerja, antara lain adalah (1) Keyakinan dalam pengetahuan, (2) Fasilitas dan Peralatan Fisik, (3) Bantuan Tepat Waktu, (4) Kinerja yang handal dan akurat, serta (5) perlindungan dan perhatian dari pimpinan (Mathis & Jackson, 2009). Saat ini SDM atau tenaga kerja tidak dapat lagi dipandang sebagai alat untuk mencapai tujuan organisasi, melainkan harus dianggap dan diperlakukan sebagai aset mahal atau *human capital* oleh perusahaan (Rosidah, 2004).

Basit dan Hassan (2018) dalam penelitiannya mengenai dampak penggunaan sosial media terhadap kinerja karyawan dan organisasi pada perusahaan multinasional bidang IT di Malaysia menyimpulkan bahwa penggunaan sosial media dapat meningkatkan kinerja karyawan dan organisasi. Menurut Nyambu (2013) berdasarkan hasil penelitiannya tentang dampak media sosial terhadap kinerja perusahaan telekomunikasi di Kenya, menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara positif terhadap kinerja organisasi. Penelitian lainnya dilakukan Eltayib, Bhimani, Ghandi, dan Kamdar (2018) menunjukkan sosial media dapat meningkatkan kinerja industri yang bergerak pada skala usaha kecil dan menengah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh media sosial, pelatihan dan keduanya secara bersamaan terhadap kinerja UMKM di Propinsi DKI Jakarta. Penggunaan media sosial sebagai salah satu kanal pemasaran di era digital diharapkan secara kompetitif dapat meningkatkan penjualan produk atau layanan UMKM. Disisi lain, program pelatihan karyawan sebagai salah satu program pemerdayaan serta pengembangan keahlian dan ketrampilan akan berkontribusi positif terhadap kinerja UMKM.

KAJIAN TEORI

Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut: 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Sementara Asian Development Bank mendefinisikan usaha mikro adalah usaha-usaha nonpertanian yang mempekerjakan kurang dari 10 orang termasuk pemilik usaha dan anggota keluarga. Sedangkan USAID menyebutkan Usaha mikro sebagai kegiatan bisnis yang mempekerjakan maksimal 10 orang pegawai termasuk anggota keluarga yang tidak dibayar.

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya (LPPI-BI, 2015). Hal ini ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Menurut Bank Dunia dalam LPPI-BI (2015), berdasarkan jumlah karyawan, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: (a) Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); (b) Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan (3) Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang). Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu: (1) UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima; (2) UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya; (3) Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor; (4) *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Kinerja

Secara etimologi, kinerja berasal dari kata prestasi kerja (*performance*). Mangkunegara (2007) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Lebih lanjut Mangkunegara (2007) mengatakan bahwa pada umumnya kinerja dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu kinerja individu dan kinerja organisasi. Menurut Nawawi (2010), kinerja adalah hasil pelaksanaan suatu pekerjaan, baik bersifat fisik atau material maupun non fisik atau nonmaterial. Murty & Hudiwinarsih (2012) menyatakan bahwa kinerja merupakan istilah yang berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang). Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab

yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2007). Menurut Simanjuntak (2005) Kinerja adalah tingkatan pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Simanjuntak juga mengartikan kinerja individu sebagai tingkat pencapaian atau hasil kerja seseorang dari sasaran yang harus dicapai atau tugas yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Foster dan Seeker (2001) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Menurut Suparno (2015) ada beberapa pendekatan yang dilakukan dalam menilai prestasi kerja, yaitu:

1. *Subjective Procedure*. Prosedur ini meliputi penilaian ataupun pertimbangan-pertimbangan terhadap kecakapan kerja yang dilakukan oleh *superior* (atasan), *subordinates* (bawahan), *peers* (kelompok kerja), rekan-rekan kerja, para penilai dari luar dan diri sendiri. Prosedur ini sangat bergantung pada opini manusia, maka prosedur memiliki kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh manusia (*human error*), yaitu : (a) Tipe *Liniency*, terjadi kalau penilai cenderung memberikan nilai tinggi pada bawahannya; (b) Tipe *Strictness*, terjadi kalau penilai cenderung memberikan nilai yang rendah pada bawahannya; (c) Tipe *Central Tendency*, terjadi bila orang yang dinilai enggan memberikan nilai yang tinggi pada bawahannya; (d) *Halo Effect Error*, kesalahan kesan umum dari si penilai karena pengaruh pengalaman sebelumnya; (e) *Personal Bias*, adalah bentuk kesalahan karena adanya prasangka-prasangka baik ke arah positif maupun kearah negative.
2. *Direct Measures*. Metode ini tidak seperti metode terdahulu dimana evaluator diminta pertimbangannya terhadap perilaku kerja karyawan yang menjadi bawahannya. Ada dua tipe evaluasi yaitu berhubungan dengan produksi dan berhubungan dengan *personal information*.
3. *Proficiency Testing*. Merupakan pendekatan lain dalam mengevaluasi kecakapan karyawan. Dalam hal ini karyawan akan diuji diminta untuk memerankan pekerjaan seperti keadaan sesungguhnya.

Menurut Mathis & Jackson (2009) persoalan kinerja karyawan maka tidak terlepas dari berbagai macam faktor yang menyertai diantaranya:

1. Faktor kemampuan. Secara psikologis kemampuan karyawan terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan *reality* artinya karyawan yang memiliki IQ diatas rata-rata dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan. Oleh karena itu karyawan perlu untuk ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.
2. Faktor motivasi. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri seorang karyawan yang terarah untuk mencapai tujuan kerja

Dari beberapa uraian tentang pengertian kinerja diatas, maka sintesa dari kinerja adalah hasil kerja dari seseorang ataupun tim, baik dalam hal kuantitas atau kualitas dalam melaksanakan apa yang menjadi tugas dan kewajibannya pada suatu periode tertentu. Adapun dimensi dan indikator yang digunakan untuk variabel kinerja adalah sebagai berikut menurut Thinji dan Gichira (2017):

- 1) *Profitability*, dengan indikator-indikator: a) peningkatan laba perusahaan, b) peningkatan modal usaha.
- 2) *Employments Creation*, dengan indikator-indikator : a) peningkatan efektifitas kerja karyawan, b) peningkatan efisiensi kerja karyawan

- 3) *Sales*, dengan indikator-indikator : a) peningkatan jumlah produk yang terjual, b) peningkatan jumlah pelanggan.

Pelatihan

Menurut Suparno (2015), secara harfiah akar kata *training* adalah *train* yang berarti memberi pelajaran dan praktik, menjadi berkembang dalam arah yang dikehendaki, persiapan dan praktik. Pelatihan memberikan karyawan baru atau yang telah ada sekarang keterampilan yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan sekarang (Dessler, 1997). Pelatihan lebih berorientasi pada pekerjaan saat ini untuk meningkatkan keterampilan-keterampilan tertentu. Di sisi lain pengembangan karyawan lebih berorientasi pada masa depan dan lebih peduli terhadap pendidikan, yaitu terhadap peningkatan kemampuan seseorang untuk memahami dan menginterpretasi pengetahuan bukan mengajarkan kemampuan teknis (Panggabean, 2002). Pelatihan juga diberikan dalam bentuk pemberian bantuan. Bantuan dalam hal ini dapat berupa pengarahan, bimbingan, fasilitas, penyampaian informasi, latihan keterampilan, pengorganisasian suatu lingkungan belajar yang pada dasarnya peserta telah memiliki potensi dan pengalaman serta motivasi untuk melaksanakan sendiri kegiatan latihan dan memperbaiki dirinya sendiri sehingga mampu membantu dirinya sendiri. Istilah pemberian bantuan lebih bersifat humanistik dan tidak memperlakukan peserta sebagai mesin. Bimbingan merupakan proses bantuan yang diberikan pada individu. Bimbingan bermanfaat bagi karyawan dalam membantu agar mereka siap menerima pekerjaan atau penugasan yang memerlukan keterampilan baru, sehingga dapat meningkatkan produktivitas sehingga tercapailah kesejahteraan hidup (Suparno, 2015).

Menurut Lin (2017), tujuan umum pelatihan dan pengembangan bagi karyawan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja. Karyawan yang kinerjanya kurang memuaskan karena minimnya kecakapan merupakan target utama dalam program pelatihan dan pengembangan.
2. Memperbaharui keterampilan karyawan. Manajer diharuskan tanggap pada perkembangan teknologi yang akan membuat fungsi organisasinya lebih efektif. Perubahan teknologi berarti perubahan lingkup pekerjaan yang menandakan bahwa harus adanya pembaharuan pengetahuan yang telah ada sebelumnya.
3. Menghindari keusangan manajerial. Banyak ditemukan sebagai kegagalan dalam mengikuti proses dan metode baru. Perubahan teknis dan lingkungan sosial yang cepat berpengaruh pada kinerja. Bagi karyawan yang gagal menyesuaikan diri maka apa yang mereka miliki sebelumnya menjadi usang.
4. Memecahkan permasalahan organisasi. Di setiap organisasi tentulah banyak sekali konflik yang terjadi dan pastinya dapat diselesaikan dengan beragam cara. Pelatihan dan pengembangan memberikan keterampilan kepada karyawan guna mengatasi konflik yang terjadi.
5. Mempersiapkan diri untuk promosi dan suksesi manajerial. Hal penting guna menarik, mempertahankan dan memotivasi karyawan yaitu dengan program pengembangan karir.
6. Memenuhi kebutuhan kepuasan pribadi. Banyak karyawan yang berorientasi lebih kecil pada prestasi dan membutuhkan tantangan baru pada pekerjaannya.

Sulistiyani dan Rosidah (2003), menguraikan tujuan dari pelatihan dan pengembangan meliputi: (1) Memperbaiki kinerja; (2) Memutakhirkan keahlian para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi; (3) Mengurangi waktu belajar bagi karyawan baru supaya menjadi kompeten; (4) Membantu memecahkan persoalan operasional; (5) Mempersiapkan karyawan untuk promosi; (6) Memenuhi kebutuhan-kebutuhan pribadi.

Tujuan dan sasaran dari pelatihan dan pengembangan harus jelas dan dapat diukur. Menurut Mangkunegara (2007) tujuan dari pelatihan dan pengembangan karyawan yaitu: meningkatkan penghayatan jiwa dan ideology; meningkatkan produktivitas kerja; meningkatkan kualitas kerja; meningkatkan ketetapan perencanaan sumber daya manusia; meningkatkan sikap moral dan semangat kerja; meningkatkan rangsangan agar pegawai mampu berprestasi secara maksimal; meningkatkan kesehatan dan keselamatan kerja; menghindarkan keusangan; dan meningkatkan perkembangan pegawai

Dari uraian tentang pengertian pelatihan di atas, maka sintesa dari pelatihan adalah suatu proses pembelajaran karyawan secara terencana sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan untuk melakukan pekerjaannya, dan didesain untuk meningkatkan kinerja.

Adapun dimensi dan indikator yang digunakan untuk variabel pelatihan adalah sebagai berikut menurut Sanchez, Arago dan Valle (2003):

1. Metode, dengan indikator-indikator: a) Kesesuaian metode pelatihan dengan tujuan pelatihan, b) materi pelatihan sesuai dengan tujuan pelatihan.
2. Aktivitas, dengan indikator-indikator: a) penguasaan materi oleh instruktur, b) peserta memahami materi pelatihan dengan baik.
3. Karakteristik, dengan indikator-indikator: a) frekuensi sumber daya manusia mengikuti pelatihan, b) penyelenggaraan pelatihan secara berkala.

Media Sosial

Menurut Andreas, Kaplan dan Michael Haenlein (2012) media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0. dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Web 2.0 menjadi *platform* dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, wikis, podcasts, gambar, video, *rating* dan *bookmark* sosial. Ditambahkan pula oleh Kaplan dan Heanlein (2012) bahwa terdapat enam jenis media sosial, yaitu proyek kolaborasi (misalnya wikipedia), *blog* dan *microblog* (misalnya twitter), komunitas konten (misalnya youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook dan instagram), virtual game (misalnya *world of warcraft*), dan virtual social (misalnya *second life*).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *plurk*, *twitter* dan *instagram*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Motif penggunaan media sosial menurut Mc Quail, Blumler dan Brown (1972) adalah membangkitkan seks, pelepasan emosi, pengisi waktu luang, menikmati budaya, relaksasi, pelepasan diri dari masalah, pengganti atau substitusi pertemanan di dunia nyata). Hersinta (2010) menyatakan

bahwa sebagian besar riset awal mengenai komunitas *online* berasumsi bahwa individu menggunakan situs jejaring sosial untuk berhubungan dengan orang lain diluar kelompok sosial dan lokasi tempat mereka berada dengan kesamaan minat serta berbagi lokasi geografis.

Abrar (2003) mendefinisikan makna teknologi bagi remaja adalah sebagai berikut:

- a. Sarana investasi masa depan, dimana penguasaan teknologi menjadi keharusan untuk memasuki dunia kerja.
- b. Berfungsi sebagai *symbolicapital*, dimana penguasaan dan kepemilikan teknologi baru mencerminkan gengsi bagi pihak ketiga
- c. Medium untuk mencari pengalaman baru ditengah kegerahan remaja untuk selalu melakukan eksplorasi dan membangun identitas dirinya dimana teknologi dijadikan manifestasi.
- d. Objek pembeda dalam lingkungan sosial seperti gender, kelas sosial dan generasi.
- e. Agen keteraturan dalam kehidupan sosial, teknologi berfungsi sebagai fasilitator sekaligus pembatas dalam kegiatan sosial

Sebaliknya, dampak negatif penggunaan jejaring sosial antara lain adalah: pornografi, plagiarisme, ketergantungan atau kecanduan media sosial. Nurmandia, Wigati dan Masluchah (2013) mengatakan bahwa kecanduan internet adalah suatu gangguan psikofisiologis yang meliputi *tolerance* (penggunaan dalam jumlah yang sama akan menimbulkan respon minimal, jumlah harus ditambah agar dapat membangkitkan kesenangan dalam jumlah yang sama), *withdrawal symptoms* (khususnya menimbulkan termor, kecemasan dan perubahan mood), gangguan afeksi (depresi, sulit menyesuaikan diri), dan terganggunya kehidupan sosial (menurun atau hilang sama sekali, baik dari segi kualitas maupun kuantitas). *Internet Addiction* diartikan sebagai sebuah sindrom yang ditandai dengan menghabiskan sejumlah waktu yang sangat banyak dalam menggunakan internet dan tidak mampu mengontrol penggunaannya saat *online*. Orang-orang yang menunjukkan sindrom ini akan merasa cemas, depresi, atau hampa saat tidak *online* di internet. Kecanduan jejaring sosial adalah suatu kondisi kronis dalam sistem motivasi dalam perilaku mencari kesamaan sosialitas, mulai dari yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga melalui internet. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga.

Dari beberapa uraian tentang pengertian media sosial diatas, maka sintesis dari media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.

Adapun dimensi dan indikator yang digunakan untuk variabel media sosial adalah sebagai berikut menurut Marsal dan Hidayati (2018):

1. Penggunaan Information Technology (IT), dengan indikator-indikator : a) menggunakan aplikasi IT dalam pekerjaan, b) kontribusi IT untuk menunjang pekerjaan
2. Akses Media Sosial, dengan indikator-indikator : a) frekuensi penggunaan media sosial untuk memberikan informasi, b) penggunaan sejumlah akun media sosial untuk pengembangan, c) kemudahan yang diberikan akun media sosial untuk pengembangan, d) keterhubungan dengan grup media sosial untuk pengembangan status sosial.

Hipotesa Penelitian

Temuan dari berbagai penelitian menunjukkan bagaimana pelatihan yang diadakan oleh organisasi sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja dari tenaga kerja dan organisasi (Shem dan Ngussa, 2017; Lin dan Hsu, 2017). Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas cukup kuat diduga bahwa pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di provinsi DKI Jakarta.

H1: Pelatihan berpengaruh terhadap kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta

Dalam berbagai penelitian telah ditemukan bagaimana penggunaan media sosial sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja dari tenaga kerja dan organisasi (Radhakrishnan, Basit, dan Hassan 2018; Cao, Guo, Vogel, Zhang, 2016). Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas cukup kuat diduga bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di provinsi DKI Jakarta.

H2: Media Sosial berpengaruh terhadap kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta

H3: Pelatihan dan media sosial berpengaruh secara bersamaan terhadap kinerja UMKM di Propinsi DKI Jakarta

METODE

Studi dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel pelatihan, media sosial, dan kinerja. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari sebuah hipotesis, dengan melakukan pengumpulan *data* lapangan, penelitian ini akan menganalisis pengaruh dari variabel pelatihan karyawan dan penggunaan media sosial terhadap kinerja UKM di provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini bertipe kausalitas yaitu penelitian yang mencari jawaban atau solusi mengenai keterikatan dan pengaruh antara variabel eksogen dan endogen.

Selanjutnya, penelitian ini melakukan pendekatan kuantitatif, lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh dengan menganalisis dan mendeskripsikan hasil penelitian. Data yang diperlukan berupa angka atau narasi yang diangkakan melalui proses pengkodean, selanjutnya digunakan untuk menguji hipotesis secara statistik. Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari subyek penelitian atau responden, dan melalui penyebaran kuesioner. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Untuk menentukan besarnya ukuran sampel, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling Judgement*, teknik ini mengharuskan peneliti untuk memilah responden sesuai

dengan kriteria atau karakteristik responden yang ditentukan oleh peneliti. Instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dirancang sesuai dengan masing-masing variabel, yakni pelatihan karyawan, penggunaan media sosial dan kinerja. Kemudian setiap pertanyaan diberi parameter jawaban dengan menggunakan skala likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Sedangkan menurut Ferdinand (2013) populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku industri UMKM di provinsi DKI Jakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada populasi itu, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2009). Sampel juga adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi sehingga dibentuk perwakilan dari populasi (Ferdinand, 2013). Menurut Hair, Black, Babin, dan Anderson (2010) dan Ferdinand (2013), penentuan jumlah sampel sebaiknya dilakukan survey terhadap 5 hingga 10 responden untuk setiap satu indikator. Bila diestimasikan 5 orang untuk setiap indikator, maka jumlah sampel yang diharapkan adalah 90 orang (menurut Hair, 2010). Rssponden pada penelitian adalah para pelaku bisnis UMKM di propinsi DKI Jakarta wilayah Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Timur dan Jakarta Barat sejumlah 100 orang.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan respon apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Uma Sekaran & Bougie (2016) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu: prinsip penulisan, pengukuran dan penampilan fisik. Pada penelitian ini kuesioner didesain dengan menggunakan skala pengukuran likert terhadap tiga variabel penelitian, yaitu pelatihan, media sosial dan kinerja.

Dalam penelitian ini, digunakan metode Deskriptif Riset. Menurut Nazir (2003). Metode Penelitian Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, satu set obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Pada penelitian ini yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel: pelatihan, media sosial, dan kinerja. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari sebuah hipotesis, dengan melakukan pengumpulan *data* lapangan, penelitian ini akan menganalisis pengaruh dari variabel pelatihan dan media sosial terhadap kinerja UKM di provinsi DKI Jakarta

Selanjutnya dalam penelitian ini, dilakukan pendekatan kuantitatif yaitu lebih berdasarkan pada data yang dapat dihitung, untuk menghasilkan penaksiran kuantitatif yang kokoh dengan menganalisis dan mendeskripsikan hasil penelitian. Data yang diperlukan berupa angka atau narasi, diangkakan melalui proses pengkodean dan selanjutnya digunakan untuk menguji hipotesis secara statistik. Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari subyek penelitian atau responden, dan melalui penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) baik dipublikasikan maupun tidak.

Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh yang dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Sampel merupakan subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu dibentuk perwakilan dari populasi (Ferdinand, 2013). Penentuan jumlah sampel menurut Hair, Black, Babin, dan Anderson (2010) dan Ferdinand (2013) sebaiknya dilakukan survey terhadap 5 hingga 10 responden untuk setiap satu indikator. Bila diestimasikan 5 orang untuk setiap indikator, maka jumlah sampel yang diharapkan adalah 90 orang (Hair, Black, Babin, Anderson 2010). Jumlah responden pada lima wilayah kotamadya di provinsi DKI Jakarta sebanyak 100 orang.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan terhadap model regresi yang telah diolah dengan program SPSS, yaitu :

1. Uji Multikolinieritas. Diagnosis terhadap adanya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:
 - a. Melalui nilai *t* hitung, R^2 dan *F Ratio*. Jika nilai R^2 tinggi, nilai *F Ratio* tinggi, sedangkan sebagian atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan (nilai *t* hitung sangat rendah), maka kemungkinan terdapat multikolinieritas dalam model tersebut.
 - b. Memiliki nilai *VIF* tidak lebih dari 10, apabila memiliki nilai *VIF* lebih dari 10, maka terjadi problem multikolinieritas.
 - c. Mengkorelasikan antara variabel independen, jika memiliki korelasi yang sempurna (lebih dari 0.50), maka telah terjadi multikolinieritas.
2. Uji Heteroskedastisitas
 - a. Jika penyebaran data pada *scatterplot* teratur dan membentuk pola tertentu (nilai turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.
 - b. Jika penyebaran data pada *scaterrplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (nilai turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.
3. Uji Normalitas
Analisa yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana:

- a. Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana variabel bebasnya meliputi pelatihan (x_1) dan media sosial (x_2), sedangkan variabel dependen adalah kinerja (y). Persamaan regresi linier bergandanya adalah: $\hat{y} = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kelayakan Data

Untuk memastikan hasil penelitian ini tidak menyimpang, maka pernyataan yang tertulis didalam kuesioner perlu diuji apakah benar dapat dimengerti oleh responden sehingga responden memberikan jawaban logis seperti yang diharapkan, dan apakah pernyataan di dalam kuesioner memang benar dapat digunakan untuk menghitung variabel tertentu.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data dari 90 responden pada survey awal. Uji validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut-atribut pertanyaan dalam kuesioner mampu menjawab masalah yang diteliti dan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Nilai *Corrected Item Total Correlation* dari 18 indikator lebih besar dari 0.3. Hal ini membuktikan bahwa seluruh indicator adalah valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas dari 90 responden pada survey awal. Nilai *cronbach's alpha* dari 18 indikator lebih besar dari 0.6. Hal ini membuktikan bahwa seluruh indicator adalah reliabel.

Regresi Linier

Analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression*) ialah suatu alat analisis dalam ilmu statistik yang berguna untuk mengukur hubungan matematis antara lebih dari dua peubah. Regresi linear berganda juga merupakan regresi dimana peubah terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu peubah, mungkin dua, tiga dan seterusnya peubah bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda dapat ditulis:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1X_{1i} + \beta_2X_{2i} + \dots + \beta_kX_{ki} + \varepsilon_i ; i = 1, 2, \dots, n$$

dimana: Y : variabel respon
 $\beta_0, \beta_1 \dots \beta_k$: parameter regresi
 $X_1, X_2 \dots X_k$: variabel bebas
 ε_i : error
 k : banyaknya parameter

Model regresi linier berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi Kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). BLUE dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik. Sedikitnya terdapat empat uji asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi tersebut, yaitu:

(a) Uji Normalitas; (b) Uji Autokorelasi; (c) Uji Multikolinieritas; (d) Uji Heteroskedastisitas.

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan transformasi data terlebih dahulu untuk mengatasi kasus korelasi dan multikolinieritas. Transformasi Box Cox dilakukan terhadap semua peubahnya, yaitu peubah Y, X₁, X₂, dan X₃. Selanjutnya dari hasil transformasi semua peubahnya dilakukan analisis regresi. Adapun variabel yang digunakan terdiri adalah sebagai berikut: Y = kinerja ; X₁ = pelatihan; X₂ = penggunaan media sosial

Uji Kelayakan Data

Untuk memastikan hasil penelitian ini tidak menyimpang, maka pernyataan yang tertulis didalam kuesioner perlu diuji apakah benar dapat dimengerti oleh responden sehingga responden memberikan jawaban logis seperti yang diharapkan dan apakah pernyataan di dalam kuesioner memang benar dapat digunakan untuk menghitung variabel tertentu.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data dari 90 responden pada survey awal. Uji validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut-atribut pertanyaan dalam kuesioner mampu menjawab masalah yang diteliti dan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Nilai *Corrected Item Total Correlation* dari 18 indikator lebih besar dari 0.3. Hal ini membuktikan bahwa seluruh indicator adalah valid. Sedangkan hasil uji reliabilitas dari 90 responden pada survey awal. Nilai *cronbach's alpha* dari 18 indikator lebih besar dari 0.6. Hal ini membuktikan bahwa seluruh indicator adalah reliabel.

Profil Responden

Karakteristik 100 responden pengelola UKM di provinsi DKI Jakarta, berjenis kelamin laki-laki adalah 82% dan perempuan 18%, 16% berusia kurang dari 25 tahun, 8% berusia 26 hingga 35 tahun, 42% berusia 36 hingga 45 tahun, 19% rberusia 46 hingga 55 tahun dan 15% rberusia lebih dari 55 tahun. Berdasarkan pendidikan terakhir, 36% responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK atau dibawahnya, 42% berpendidikan akhir diploma dan 22% berpendidikan akhir sarjana. Berdasarkan lama UKM beroperasi, 3% responden telah mengoperasikan usahanya kurang atau sama dengan 2 tahun, 26% mengoperasikan usahanya selama 2 hingga 5 tahun, 48% mengoperasikan usahanya selama 6 hingga 10 tahun dan 23% responden telah mengoperasikan usahanya selama lebih dari 10 tahun.

Regresi Linier

Analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression*) ialah suatu alat analisis dalam ilmu statistik yang berguna untuk mengukur hubungan matematis antara lebih dari dua peubah. Regresi linear berganda juga merupakan regresi dimana peubah terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu peubah, mungkin dua, tiga dan seterusnya peubah bebas. Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i; \quad i = 1, 2, \dots, n \quad \varepsilon_i \overset{IID}{\sim} N(0, \sigma^2)$$

dimana :

- Y : variabel respon
- $\beta_0, \beta_1 \dots \beta_k$: parameter regresi
- $X_1, X_2 \dots X_k$: variabel bebas
- ε_i : error
- k : banyaknya parameter

Model regresi linier berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi Kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). BLUE dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik. Sedikitnya terdapat empat uji asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi tersebut, yaitu: uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan transformasi data terlebih dahulu untuk mengatasi kasus korelasi dan multikolinieritas. Transformasi Box Cox dilakukan terhadap semua peubahnya, yaitu peubah Y, X_1 , X_2 , dan X_3 . Selanjutnya dari hasil transformasi semua peubahnya dilakukan analisis regresi. Adapun variabel yang digunakan terdiri adalah sebagai berikut : Y = kinerja; X_1 = pelatihan; X_2 = penggunaan media sosial

Hasil analisa regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.307 ^a	.094	.076	.067414	2.040

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.046	2	.023	5.048	.008 ^a
	Residual	.441	97	.005		
	Total	.487	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.307	.076		30.394	.000		
	X1	-.009	.003	-.267	-2.761	.007	.997	1.003
	X2	.000	.000	-.137	-1.420	.159	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil pengolahan regresi di atas, dapat dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 2,31 - 0,00943 X_1 + 0,000555 X_2$$

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Cara yang sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak hanya dengan melihat pada histogram residual apakah memiliki bentuk seperti “lonceng” atau tidak. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan data berdistribusi normal atau tidak hanya berpatok pada pengamatan gambar saja. Ada cara lain untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis.

Tabel 2. Nilai Skewness dan Kurtosis

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	100	-.17458	.15906	-5.85E-17	.06672948	-.034	.241	-.236	.478
Valid N (listwise)	100								

Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Rasio skewness adalah nilai skewnes dibagi dengan standard error skewness; sedang rasio kurtosis adalah nilai kurtosis dibagi dengan standard error kurtosis. Sebagai pedoman, bila rasio kurtosis dan skewness berada di antara -2 hingga +2, maka distribusi data adalah normal. Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Terlihat bahwa rasio skewness = $-0,034 / 0,241 = - 0,141$; sedang rasio kurtosis = $- 2.36 / 0,478 = - 0,494$. Karena rasio skewness dan rasio kurtosis berada di antara -2 hingga +2, maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.

2. Uji Autokorelasi

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi salah satunya adalah uji Durbin-Watson (DW Test). Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel penjelas. Nilai *Durbin Watson Statistic* hasil pengolahan dapat dilihat pada Gambar 3.

Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, maka dapat dilihat syarat autokorelasi di bawah ini:

Deteksi Autokorelasi Positif:

Jika $DW < dL$ maka terdapat autokorelasi positif

Jika $DW > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif

Jika $dL < DW < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak ada kesimpulan pasti

Deteksi Autokorelasi Negatif:

Jika $(4-DW) < dL$ maka terdapat autokorelasi negatif

Jika $(4-DW) > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif

Jika $dL < (4-DW) < dU$ maka pengujian tidak memounyai kesimpulan yang pasti

Tabel 3. Nilai *Durbin Watson Statistic*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.307 ^a	.094	.076	.067414	2.040

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, didapat nilai *Durbin Watson* adalah 2.040. Sedangkan nilai dU dan dL dapat dilihat pada table statistik *Durbin Watson*. Dengan jumlah sampel yang diambil adalah 100 sampel dan jumlah variabel independen adalah dua, maka didapat nilai dU = 1,6337 dan nilai dL = 1,7152. Karena nilai *Durbin Watson* (DW) lebih besar daripada dU dan $(4 - DW) > dU$, maka disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

Uji Multikolinieritas

Salah satu cara untuk menentukan apakah suatu model memiliki gejala Multikolinieritas atau tidak bisa dilihat dari nilai VIF nya. Bila nilai VIF lebih besar dari 10 maka diindikasikan model tersebut memiliki gejala Multikolinieritas. Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh variabel penjelas memiliki nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki masalah Multikolinieritas.

Tabel 4. Nilai VIF

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.307	.076		30.394	.000		
	X1	-.009	.003	-.267	-2.761	.007	.997	1.003
	X2	.000	.000	-.137	-1.420	.159	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas

Salah satu uji heteroskedastisitas yang sering dipakai adalah uji Glejser. Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan meregresikan absolut residual dengan variabel bebas. Uji Glejser secara umum dinotasikan sebagai berikut:

$$|\varepsilon_i| = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \delta$$

Untuk hasil regresi absolut residual dengan variabel bebas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Regresi Absolut Residual

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.002	2	.001	.612	.544 ^a
	Residual	.149	97	.002		
	Total	.151	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: abresid

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.099	.044		2.239	.027
	X1	-.002	.002	-.112	-1.106	.272
	X2	4.804E-6	.000	.002	.021	.983

a. Dependent Variable: abresid

Pada uji Glejser adalah apabila nilai peubah bebasnya signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas. Dari analisa di atas, maka tampak bahwa ketiga variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena Sig. > 0,05. Karena model regresi yang diperoleh dari pengolahan memeuhi empat uji asumsi klasik di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan sudah cukup baik.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari besar pengaruh faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei, yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum tentang pengaruh Pelatihan dan Media Sosial terhadap Kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Besar pengaruh pelatihan terhadap kinerja adalah negatif sebesar -0.00943 dengan nilai signifikan 0.007 lebih kecil dari 0.05. Secara parsial disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan bahwa pelatihan berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta diterima. Peningkatan pelatihan akan mengakibatkan menurunnya kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta.
2. Besar pengaruh media sosial terhadap kinerja adalah positif sebesar 0.000555 dengan nilai signifikan 0.159 lebih besar dari 0.05. Secara parsial disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta ditolak. Peningkatan penggunaan media sosial akan mengakibatkan meningkatnya kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta.

3. Variabel pelatihan dan media sosial terbukti secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dengan nilai R^2 sebesar 0.094 atau 9.4%, dengan nilai signifikansi sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa pelatihan dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta dapat diterima.

Saran Manajerial

Berdasarkan hasil kesimpulan dan pembahasan, dapat disarankan beberapa hal dalam meningkatkan kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta, yakni sebagai berikut:

1. Untuk peningkatan kinerja UMKM, pelatihan adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja. Berdasarkan hasil pengolahan data secara statistik diperoleh besar pengaruh pelatihan terhadap kinerja UKM adalah negatif (-0.00943). Hasil ini menunjukkan pelatihan yang diikuti oleh sumber daya manusia yang bekerja pada industri UMKM di provinsi DKI Jakarta masih belum sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya dimiliki untuk menunjang kinerja dari sumber daya manusia di UMKM. Sehingga disarankan agar manajemen UMKM dapat menyelenggarakan pelatihan yang dapat meningkatkan kinerja SDM dengan terlebih dahulu mengidentifikasi keterampilan-keterampilan dan kemampuan apa saja yang seharusnya dimiliki oleh SDM untuk meningkatkan kinerja UKM.
2. Dalam upaya peningkatan kinerja, penggunaan media sosial adalah variabel yang berpengaruh secara positif terhadap peningkatan kinerja. Berdasarkan hasil pengolahan data secara statistik, besarnya pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UKM adalah positif (0.000555). Hal ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan penggunaan media sosial dapat pula meningkatkan kinerja UKM, hanya belum terlihat signifikan kontribusinya. Sebaiknya manajemen UMKM meningkatkan penggunaan aplikasi digital dalam menunjang pekerjaan dan mengidentifikasi gawai digital untuk dapat berkontribusi bagi peningkatan kinerja UMKM serta lebih aktif dalam penggunaan jejaring sosial media untuk memasarkan produk dan menggali pengetahuan guna mengembangkan kinerja UMKM.

Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Mengingat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, disarankan bagi para peneliti untuk mengadakan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian dengan faktor lain yang memengaruhi Kinerja, seperti disiplin kerja (Elqadri, Wardoyo dan Priyono, 2015), *organizational citizenship behavior* (Sevi, 2010), komunikasi interpersonal (Nazari dan kawan-kawan, 2011), keterikatan kerja (Carter dan kawan-kawan, 2016), lingkungan kerja (Al-Omari dan Okasheh, 2017) serta berbagai faktor lainnya agar dapat diteliti lebih lanjut, karena mungkin saja faktor-faktor lain selain yang ada pada penelitian ini memiliki pengaruh dominan dalam meningkatkan kinerja UKM di Provinsi DKI Jakarta.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini namun digunakan pada obyek sumber daya manusia atau organisasi yang berbeda, sehingga nantinya akan dapat ditemukan kajian baru mengenai konsistensi dari variabel-variabel yang diteliti dalam memprediksi kinerja sumber daya manusia atau kinerja organisasi pada obyek berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : LESFI.
- Al-Omari, Khaled., Okasheh, Haneen. (2017). The Influence of Work Environment on Job Performance : A Case Study of Engineering Company in Jordan. *International Journal of Applied Engineering Research*. 12(24), 15544-15550.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik UMKM tahun 2012 – 2013*. diakses dari www.bps.go.id pada tanggal 30 April 2019
- Bank Indonesia., (2015). *Statistik Perbankan Indonesia, 13 (4) Maret*. diakses dari www.bi.go.id pada tanggal 26 April 2019.
- Cao, Xiongfei., Guo, Xitong., Vogel, D., Zhang, Xi. (2016). Exploring the influence of social media on employee work performance. *Internet Research*, 26(2), 529-545.
- Carter, W. Richard., Nesbit, Paul L., Badham, Richard J., Parker, Sharon K., Sung, L. K. (2016). The Effects of Employee Engagement and Self Efficacy on Job Performance: A Longitudinal Field Study. *The International Journal of Human Resource Management*. Pp 1-22.
- Dessler, Gary. (1997). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Prenhallind.
- Elqadri, Z. M., Wardoyo, D. T. W., Priyono. (2015). The Influence of Motivation and Discipline Work against Employee Work Productivity Tona'an Markets. *Review of European Studies*. 7(12), 59-66.
- Eltayib, N. H. E., Bhimani, A. M. C., Ghandi, I. A. K., Kamdar, T. S. A. (2018). The Effect of Social Media Marketing in Small Business Performance. *International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics*, 5(1), 141-147.
- Ferdinand, Augusty. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, Bill., Seeker, K.R. (2001). *Coaching for Peak Employee Performance*. San Francisco: Jossey-Bass Pfeiffer.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Edisi Empat. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson.
- Halawi, A., Haydar, N. (2018). Effects of Training on Employee Performance : A Case Study of Bonjus and Khatib and Alami Companies. *International Humanities Studies*, 5(2), 24-45.
- Hersinta dkk. (2010). *Kesadaran akan keamanan diri dalam penggunaan situs jejaring sosial facebook pada kalangan pengguna remaja dan mahasiswa*. Jakarta: STIKOM The London School of Public Relation.
- Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2012). Social media: back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101-104.
- Kementerian UMKM. *Statistik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Tahun 2010 – 2011*. diakses dari www.depkop.go.id pada tanggal 26 April.
- Lin, S.R., Hsu, C.C. (2017). A Study of Impact of Job Training and Job Performance of Employees in Catering Industry. *International Journal of Organizational Innovation*, 9(3), 125A.

- Mangkunegara, Anwar P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, cetakan pertama. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Marsal, A., Hidayati, F. (2018). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja pegawai di lingkungan UIN Suska Riau. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(1), 91-98.
- Mathis.R.L., John.H.Jackson. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerjemah: Diana Angelica. Jakarta : Salemba Empat.
- McQuail, D., Blumler, J.G., Brown, J. (1972). *The television audience: A revised perspective*. Penguin Books.
- Motlokoa, M. E., Sekantsi, L. P., Monyoloc, R. P. (2018). The Impact of Training on Employees' Performance : The Case of Banking Sector in Lesotho. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(2), 16-46.
- Murty, W.A., Hudiwinarsih, G. (2012). Pengaruh Kompensasi, Motivasi dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi. *The Accounting Review*. 2(2), 215-228.
- Nasution. H. (2008). *Proses Pengelolaan Sumber Daya Manusia*. Medan:USU Press.
- Nawawi, Hadari. (2010). *Manajemen*. Jakarta: Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
- Nazari, Rasool., Ehsani, Mohammad., Gangoei, F. A., Ghasemi, Hamid. (2011). The Effects of Communications Skills and Interpersonal Communication on Organizational Effectiveness of Iranian Sport Managers and Presenting a Model. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 10(6), 702-710.
- Nidhi, M., Dhani, S.C., Deepak, G. (2012). Impact of organization culture on employee motivation and job performance. *International Journal of Research in Commerce and Management*. 3(5),68-73.
- Nyambu, E. M. (2013). Influence of Social Media Marketing On Performance of Telecommunication in Kenya. *International Journal of Innovative Research and Development*, 2(9), 184-190.
- Panggabean, M. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Radhakrishnan, G.S., Basit, A., Hassan, Z. (2018). The impact of social media usage on employee and organization performance: A study on social media tools used by an IT multinational in Malaysia. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 1(7), 48-65.
- Rosidah. (2004). Dimensi Budaya Dalam Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Implementasi Total Quality. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. 2(1), 52-58.
- Sanchez, A. A., Arago, I. B., Valle, R. S. (2003). Effects of training on business results. *International Journal of Human Resource Management*, 14(6), 956-980.
- Sevi, Enrico. (2010). Effects of Organizational Citizenship Behaviour on Group Performance: Results From An Agent-Based Simulation Model. *Journal of Modelling in Management*. 5(1), 25-37.
- Siagian, Sondang. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Bumi Aksara.
- Saputro.J.W., Handayani, Putu Wuri., Hidayanto, Achmad Nizar.,da Budi,Indra. (2010). Peta Rencana (ROADMAP) Riset Enterprise Resource Planning (ERP) Dengan Fokus Riset Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMK) Di Indonesia. *Journal of Information Systems*. 6 (2), 140-145.
- Shem, J.M., Ngussa, B.M. (2015). Effect of Training on Employees Performance: A Case of Institutions of Higher Learning in Arusha City, Tanzania. *International Journal of Science and Research*, 6(10), 1924-1930.

- Simanjuntak, Payaman J. (2005). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suparno Eko Widodo. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sulistiyani, A.T., Rosidah. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Grha Ilmu.
- Thinji, B. M., Gichira, R. (2017). Entrepreneurial factors influencing performance of small and medium enterprises in Ongata Rongai Town, Kajiado County, Kenya. *The Strategic Journal of Business and Change Management*, 3(26), 347-364.
- Uma Sekaran., Roger Bougie. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. UK: John Wiley.
- Widarsono.A. (2009). *Human Resources Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance*. Bandung: UPI BHMN.