

Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Yang Efektif Dan Kualitas SDM Terhadap Tumbuh Kembang UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam

¹Yulistia Devi, ²Nurhayati, ³Ghina Ulfah Saefurrohman, ⁴Rakhmat

^{1,2,3}Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

⁴Institut Agama Islam Maarif NU Metro Lampung, Indonesia

¹yulistiadevi@radenintan.ac.id, ²nurhayati@radenintan.ac.id,

³ghinaulfah@radenintan.ac.id, ⁴rakhmat@iaimnumetrolampung.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan dan pengaruh yang cukup besar dalam menyokong perekonomian masyarakat dan pembangunan ekonomi nasional. Namun dalam proses berjalannya usaha masih terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kendala tersebut antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) dan tingginya efektivitas penggunaan media sosial yang tidak sejalan dengan omzet penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan data primer, melalui hasil penyebaran kuesioner dengan sampel 32 responden pelaku UMKM Sentra Keripik Gang PU. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap variabel Pengembangan UMKM. Lalu dalam pandangan ekonomi Islam kualitas SDM dan penggunaan media sosial dalam UMKM sentra keripik pisang Gang PU telah menerapkan prinsip ekonomi Islam namun belum dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil atau layanan, serta produktivitas barang dan jasa yang sudah sesuai dengan konsep profesionalisme (itqan), amanah, dan kejujuran.

Kata Kunci: *Kualitas SDM, Penguasaan Media Sosial, Pengembangan UMKM*

A. Pendahuluan

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi bagian yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal tersebut karena dengan keberadaan UMKM dapat memperbaiki tingkat kemiskinan dalam masyarakat. Semakin banyak UMKM yang didirikan maka pastinya akan menyerap banyak tenaga kerja baru sehingga diharapkan tingkat pengangguran di Indonesia dapat berkurang. UMKM juga berperan sebagai sarana pemerataan perekonomian rakyat kecil, karena pada saat ini UMKM sudah banyak yang menyebar di berbagai lokasi bahkan di daerah yang pelosok.

Selain itu, UMKM juga memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pendapatan nasional yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi merupakan faktor terpenting dalam pembangunan. Keberhasilan pembangunan suatu Negara/wilayah diukur berdasarkan tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan ekonomi yang dicapai.¹ Sehingga, jika UMKM terus mengalami perkembangan maka akan terus menyumbang pemasukan bagi pendapatan Negara Indonesia dan akan memberikan dampak yang positif bagi pembangunan ekonomi Indonesia. Pembangunan ekonomi adalah proses yang menyebabkan pendapatan per kapita penduduk masyarakat meningkat dalam jangka panjang.² UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh pada krisis. Ketika krisis menerpa pada periode 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. UMKM merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan. Pengalaman tersebut telah menyadarkan banyak pihak, untuk memberikan porsi lebih besar terhadap bisnis skala mikro, kecil dan menengah. UMKM merupakan salah satu industri yang sedang dikembangkan oleh pemerintah yang cukup mampu merentas kemiskinan, pengangguran, pemerataan pendapatan, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan perkembangan usaha.³

Mengingat begitu vitalnya peranan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam memajukan UMKM, tentunya dibutuhkan program-program maupun terobosan yang dilakukan oleh dinas terkait dengan memajukan UMKM khususnya di Provinsi Lampung. Berikut beberapa pelatihan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam beberapa waktu yang lalu :

1. Pelatihan Wirausaha oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung.
2. Pelatihan E-commerce dalam memberdayakan pelaku UMKM di Provinsi Lampung.
3. Peningkatan SDM UMKM se-Provinsi Lampung.
4. Program satu juta domain, guna memaksimalkan dan memajukan industri berbasis online.

Provinsi Lampung tepatnya di Kota Bandar Lampung memiliki berbagai jenis bisnis yang termasuk dalam kategori industri pengelolaan. Kota Bandar Lampung mempunyai potensi yang cukup besar dalam perkembangan industri kecil pengolahan atau usaha mikro kecil. Beberapa potensi usaha mikro kecil menengah unggulan yang dimiliki oleh kota Bandar Lampung menurut Dinas

¹ Heni Noviarita, Muhammad Kurniawan, and Gustika Nurmalia, “Analisis Halal Tourism Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 302, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>.

² Fatih. Fuadi, “Analysis of The Role of The Creative Economy on Society Increasing in Household Income from The Prespective of Islamic Economics (Studies in Society District Pringsewu),” *Journal of Islamic Business and Economic Review*. 2, no. 1 (2019): 63–72.

³ Danang Faizal Furqon, “Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur Kecamatan KUwarasan Kabupaten Kebumen,” *Universitas Negeri Yogyakarta* 01, no. 4 (2017): 1–7.

Perindustrian Kota Bandar Lampung tahun 2018 yaitu ikan olahan, kain tapis, aneka keripik, emping melinjo, sulam usus, kaos dan batik lampung.

Usaha pembuatan keripik pisang adalah salah satu usaha kecil menengah yang memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan di Kota Bandar Lampung. Usaha keripik pisang merupakan sektor industri yang menjadi andalan untuk oleh-oleh khas daerah Lampung. Sampai saat ini jika berkunjung ke Bandar Lampung yang dicari orang sebagai oleh-oleh pertama adalah keripik pisang.

Permintaan akan keripik pisang khususnya di Kota Bandar Lampung cukup tinggi. Hal ini mendorong para pengusaha untuk membuka bisnis UMKM keripik pisang. Dari sejumlah pelaku industri kecil menengah keripik pisang di Bandar Lampung, mayoritas berkumpul di Gang PU yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam yang merupakan jalan utama menuju pusat kota. UMKM keripik pisang yang berada di Gang PU ini total berjumlah 32 yang masih beroperasi hingga saat ini. Hal ini yang menjadikan kawasan sentra industri keripik di Gang PU yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam sebagai pusat penjualan keripik pisang di Bandar Lampung. Letak kawasan sentra industri keripik Lampung yang berada di Jalan Z.A. Pagar Alam yang berada di tengah pusat kota menjadikan tempat ini ramai dikunjungi masyarakat Lampung maupun luar Lampung yang berkunjung ke Lampung.

Berikut ini daftar UMKM keripik pisang yang berada di Gang PU Jalan Z.A. Pagar Alam berdasarkan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Diskoperindag Kota Bandar Lampung:

Tabel 1
Daftar Nama dan Omzet UMKM Keripik Pisang Gang PU
Kota Bandar Lampung

No	Nama Keripik	Omzet 2017 Rp	Omzet 2018 Rp	Omzet 2019 Rp	Omzet 2020 Rp
1.	Zom-Zom Family	320.000.000	300.000.000	240.000.000	180.000.000
2.	Fino	170.000.000	150.000.000	120.000.000	24.000.000
3.	Asa Cipto Roso	380.000.000	375.000.000	360.000.000	180.000.000

4.	Siger	1.950.000.000	1.900.000.000	1.800.000.000	840.000.000
5.	Wagiman	500.000.000	450.000.000	432.000.000	180.000.000
6.	Dua Dara	465.000.000	410.000.000	360.000.000	180.000.000
7.	Rona Jaya	780.000.000	750.000.000	720.000.000	500.000.000
8.	Cesylia	410.000.000	390.000.000	360.000.000	180.000.000
9.	Rizka	220.000.000	200.000.000	192.000.000	120.000.000
10.	Lateb	500.000.000	485.000.000	480.000.000	288.000.000
11.	Alinda	390.000.000	380.000.000	360.000.000	300.000.000
12.	Karya Mandiri	560.000.000	550.000.000	540.000.000	324.000.000
13.	Keripik Shinta	780.000.000	755.000.000	720.000.000	640.000.000
14.	Syaqila	250.000.000	245.000.000	26.000.000	180.000.000
15.	Suheri	265.000.000	250.000.000	240.000.000	200.000.000
16.	Sumber Rezeky	780.000.000	750.000.000	720.000.000	360.000.000
17.	Kurnia	200.000.000	195.000.000	180.000.000	108.000.000

18.	Nayla	350.000.000	345.000.000	336.000.000	180.000.000
19.	Ibu Mery	270.000.000	260.000.000	240.000.000	120.000.000
20.	Yaya	935.000.000	930.000.000	924.000.000	252.000.000
21.	Saudagar	100.000.000	95.000.000	84.000.000	50.000.000
22.	Royan	500.000.000	490.000.000	480.000.000	216.000.000
23.	Nisa	380.000.000	370.000.000	360.000.000	72.000.000
24.	Askha Jaya	1.800.000.000	1.750.000.000	1.728.000.00	1.600.000.000
25.	Lala	500.000.000	495.000.000	480.000.000	252.000.000
26.	Mahkota	860.000.000	855.000.000	840.000.000	720.000.000
27.	Purijaya	180.000.000	175.000.000	168.000.000	120.000.000
28.	Keripik Lampung	380.000.000	375.000.000	360.000.000	288.000.000
29.	Arabar	300.000.000	295.000.000	288.000.000	150.000.000
30.	Enggal Jaya	150.000.000	130.000.000	120.000.000	85.000.000

31.	Alibaba	395.000.000	380.000.000	360.000.000	192.000.000
32.	Rojo Keripik	490.000.000	488.000.000	480.000.000	360.000.000

Data primer diolah tahun 2022

Seiring berkembangnya zaman banyak jenis usaha baru yang mulai bermunculan. Hal ini menjadi tantangan bagi UMKM keripik pisang di Bandar Lampung untuk bertahan dalam persaingan pasar terlebih saat ini bangsa Indonesia telah memasuki MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), dengan begitu semakin besar tantangan yang harus dihadapi oleh masyarakatnya. Masyarakat Indonesia tidak hanya bersaing dengan warga negeri sendiri tetapi juga harus bersaing dengan warga luar negeri. Maka dari itu usaha mikro kecil menengah (UMKM) memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan warga negara asing.

Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor terpenting dalam perkembangan unit usaha. Modal yang besar tidak akan berdampak banyak jika tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Jepang dapat menjadi negara yang maju meskipun memiliki sumber daya alam yang rendah, tetapi Jepang memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Sedangkan Indonesia memiliki sumber daya alam yang tinggi namun kualitas sumber daya manusia yang rendah. Dapat dikatakan bahwa sumber daya manusia merupakan kunci dari perkembangan suatu usaha. Karena sumberdaya manusialah yang memegang peran penting dalam pengoperasian suatu usaha. Mulai dari proses produksi sampai proses pemasaran dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik, kreatif dan inovatif agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dalam persaingan pasar.

Kompetisi atau persaingan yang semakin meningkat dan bebas membuat para pengusaha di Indonesia dituntut untuk semakin inovatif dan kreatif dalam memasarkan produk usahanya salah satunya dengan memanfaatkan teknologi. Pada era globalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi berlangsung semakin pesat. Perkembangan teknologi ini semakin memudahkan aktivitas manusia terutama dalam hal komunikasi. Pertukaran informasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, dimanapun dan kapanpun. Dengan begitu tidak ada lagi batasan jarak dan waktu, manusia dapat dengan mudah melakukan transaksi dan melakukan pertukaran informasi hanya dengan melalui jejaring internet atau media sosial.

Hadirnya media sosial antara lain toko pedia, Shoppe, Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, Line, Go-food, Grab-food dan lain sebagainya memberikan beberapa dampak positif bagi masyarakat terutama bagi pengusaha. Dengan adanya beberapa akun media sosial tersebut para pengusaha dapat

melakukan promosi penjualan dan juga transaksi penjualan dengan lebih mudah dan efektif. Selain itu media sosial dapat meningkatkan kemungkinan pengusaha dapat bekerjasama dengan pengusaha lainnya dan menjadikan usahanya semakin maju dan berkembang. Media sosial dapat menghubungkan banyak orang dengan mudah, cepat dan gratis.

Kotler dan Armstrong (2012:p17) menyatakan bahwa kini perusahaan mampu menjangkau konsumen dengan komunikasi dua arah dengan kehadiran media sosial di tengah masyarakat, customer-managed relationships adalah hubungan pemasaran yang memungkinkan konsumen berkomunikasi dengan perusahaan melalui media sosial sehingga konsumen membentuk hubungan terhadap merek.

Salah satu diantara UMKM sentral keripik pisang, Askha Jaya udah menjamah penjualan daring (online) melalui berbagai media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Laman media sosial Askha Jaya terus diperbarui dengan pos penuh promo dan visual yang menarik. Tak hanya menggaet konsumen secara langsung, media sosial juga berhasil mendapatkan 250 reseller yang aktif membeli produknya untuk dijual kembali. Dari para reseller tersebut, Askha Jaya mengirim 200 kg-500 kg keripik pisang setiap bulannya. Bahkan hingga saat ini Askha Jaya tidak hanya melayani pembelian daring ke seluruh wilayah Indonesia, melainkan juga menapaki ranah global.⁴

Kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial berperan penting bagi pengembangan suatu unit usaha, karena sumberdaya manusialah yang memegang peran penting dalam pengoperasian suatu usaha. Mulai dari proses produksi sampai proses pemasaran dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas baik, kreatif dan inovatif agar usaha yang dijalankan dapat terus bertahan dalam persaingan pasar. Dengan media sosial pengusaha dapat melakukan promosi penjualan dan juga transaksi penjualan dengan lebih mudah dan efektif. Selain itu media sosial dapat meningkatkan kemungkinan pengusaha dapat bekerjasama dengan pengusaha lainnya dan menjadikan usahanya semakin maju dan berkembang. UMKM sentral keripik di Gang PU kota Bandar Lampung telah melakukan berbagai pelatihan dan penyuluhan untuk meningkatkan kualitas SDM dan sudah menggunakan media sosial yang berdampak pada peningkatan reseller dan penjualam. Indikator pengembangan UMKM menurut Januardin adalah omzet penjualan keuntungan atau laba serta pertumbuhan pemasaran tetapi menurut data Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung pada tabel 1 omzet UMKM keripik pisang Gang PU mengalami penurunan dari tahun ke tahun sejak tahun 2017 hingga 2020 dimana tidak sesuai dengan pencapaian dan usaha yang telah dilakukan UMKM Keripik Pisang Gang PU.

⁴ Direktorat Jendral IKM dan Aneka, *Media Informasi Dan Promosi Industri Kecil, Menengah Dan Aneka Gema*, 2022.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pengembangan UMKM Keripik Pisang Gang PU Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam”**

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan pada penulisan artikel ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Data yang digunakan adalah data primer yang bersumber langsung dari wawancara dan responden kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah 32 pelaku UMKM sentra keripik pisang Gang PU Bandar Lampung. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih dari 100 UMKM yang menjadi responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada UMKM keripik pisang di Gang PU yaitu sebanyak 32 UMKM. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi olah data SPSS versi 25.

C. Kajian Teori

1. Teori Pertumbuhan Ekonomi Neo-Klasik

Ahli ekonomi Yosep Schumpeter dalam bukunya *The Theory of Economics Development* menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi disebabkan karna adanya perubahan-perubahan terutama dalam lapangan industri dan perdagangan.

Menurut teori Neo-Klasik hal-hal yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yaitu jumlah dan kualitas penduduk atau sumber daya manusia, sumber daya modal dan teknologi, sistem sosial dan sikap masyarakat, sumber daya alam, luas pasar atau pangsa pasar. Proses perkembangan ekonomi menurut teori Neo-Klasik yaitu sebagai hasil hubungan harmonis antara faktor internal dan eksternal ekonomi. Faktor internal timbul karena adanya kenaikan skala produksi sebagai akibat adanya efisiensi seperti mesin baru, pasar yang luas, dan manajemen yang baik. Sedangkan faktor eksternal timbul karena adanya perkembangan industri yang saling ketergantungan dari berbagai sektor perekonomian.⁵

2. Pengembangan UMKM

a. Pengertian Pengembangan

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia/KBBI merupakan suatu proses, perbuatan atau cara mengembangkan. Pengembangan merupakan perbuatan yang menjadikan suatu

⁵ Prataharma Raharja, *Teori Ekonomi Makro*, 2005.

pertambahan ataupun perubahan sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya).⁶

b. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

- 1) Usaha mikro ialah jenis usaha yang dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan. Dikatakan usaha mikro jika mempunyai jumlah aset bersih maksimal 50 juta (tidak termasuk tanah juga bangunnya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya maksimal sejumlah 300 juta.
- 2) Usaha kecil ialah jenis usaha yang dijalankan dan dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan tetapi tidak termasuk anak perusahaan maupun cabang dari jenis usaha menengah maupun usaha besar. Dikatakan usaha kecil jika mempunyai aset bersih 50 juta hingga 500 juta (tidak termasuk tanah serta bangunan usahanya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya sejumlah 300 juta hingga 2,5 miliar.
- 3) Usaha menengah ialah jenis usaha yang dijalankan dan dimiliki oleh seseorang ataupun badan usaha perorangan tetapi tidak termasuk anak perusahaan atau cabang dari suatu usaha kecil maupun usaha besar. Dikatakan usaha menengah jika mempunyai aset bersih sejumlah 500 juta hingga 10 miliar (tidak termasuk tanah serta bangunan usahanya) dan mempunyai penghasilan per tahunnya sejumlah 2,5 miliar hingga 50 miliar.

c. Indikator Pengembangan Usaha

- 1) Omzet Penjualan merupakan jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.
- 2) Keuntungan/Laba Usaha. Secara teoritis tujuan utama perusahaan adalah untuk memanfaatkan sumber daya (alam dan manusia) guna mendapatkan manfaat (benefit) darinya. Ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan.

3) Jumlah Tenaga Kerja⁷

Dalam pandangan Islam, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an bahwasanya dianjurkan kepada manusia untuk melakukan segala aktivitas dan tidak memberi peluang bagi seorang muslim untuk menganggur. Islam melarang seseorang untuk putus asa (dalam bekerja), sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an "faiza faraghta fanshab" (sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan). Hal

⁶ W. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).

⁷ Januardin, "Pengaruh Pengetahuan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Di Provinsi Sumatera Utara," *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 1, no. 1 (2019): 1–10.

tersebut menunjukkan bahwa al-Qur'an menekankan kepada manusia, kaum muslimin khususnya, agar selalu kerja dan bekerja keras. Dimana kerja dan bekerja keras harus dijadikan sebagai prinsip dasar hidup bagi kaum muslimin. Sebagaimana terdapat di dalam Q.S An-Najm [53] : 39 yaitu :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Artinya : “dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”.

Dalam melakukan bisnis atau usaha tentulah seseorang perlu bekerja. Bekerja adalah sebuah aktivitas yang menggunakan daya yang dimiliki oleh manusia yang merupakan pemberian Allah SWT.

3. Kualitas Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia juga dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi keluaran dalam rangka pencapaian strategi dan tujuan yang telah diterapkan oleh organisasi. Tanpa individu yang memiliki keahlian atau komponen, maka mustahil bagi organisasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia inilah yang membuat sumber daya lainnya dapat berjalan.⁸

b. Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia merupakan kualitas yang ada pada diri setiap manusia dimana semua hal tersebut mampu meningkatkan taraf hidup bagi dirinya maupun bagi orang banyak dimana kualitas itu dapat merubah cara berfikir, cara pandang, pola hidup ataupun yang lainnya.³ Kualitas sumber daya manusia juga menyangkut dua aspek yaitu aspek fisik (kualitas fisik) dan aspek non fisik (non fisik) yang menyangkut kemampuan bekerja, berfikir dan berketerampilan.⁹

Indikator kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut:¹⁰

- 1) Kualitas fisik merupakan kemampuan melakukan tugas yang menuntut keterampilan.
- 2) Kualitas intelektual merupakan kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas berfikir, pengetahuan, menalar dan memecahkan masalah.

⁸ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).

⁹ Inggar Ariani Karendra, “Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada KPRI Pertaguma Kota Madiun,” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 4, no. 1 (2016): 57, <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i1.633>.

¹⁰ Pradono Tri Pamungkas, “PENGARUH MODAL, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DAN PROMOSI TERHADAP PEMBERDAYAAN UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran),” *Journal of Management* 1, no. 1 (2015): 1–6.

- 3) Kualitas spiritual merupakan kemampuan yang berkaitan dengan etika, sikap, perilaku serta fungsi mental manusia yang secara ilmiah biasanya berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian baik buruknya suatu kondisi saat melaksanakan pekerjaan usaha.

Kualitas sumber daya manusia memegang peranan penting dalam pengembangan suatu usaha. Namun dalam suatu usaha khususnya UMKM masih dihadapkan pada berbagai kendala yang berhubungan dengan sumber daya manusia misalnya masih rendahnya tingkat keterampilan, kemampuan, keahlian dan profesionalisme yang dimiliki oleh sumber daya manusia.¹¹

4. Efektivitas Penggunaan Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita mengkomunikasikan serta membagikan informasi melalui penggunaan internet, sedangkan pemasaran menggunakan media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran melalui internet dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.¹²

b. Manfaat Media Sosial

Suatu perusahaan selalu berupaya untuk memperkenalkan seluruh produk yang dimilikinya, baik secara langsung ataupun secara tidak langsung. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Tanpa adanya promosi sulit bagi pelanggan untuk mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu promosi merupakan sarana paling penting dan paling ampuh yang bisa dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama. Promosi dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai suatu produk dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Setiap perusahaan memiliki sarana masing-masing dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa.¹³

Berikut ini merupakan beberapa sarana promosi yang dapat digunakan:

- 1) Periklanan (advertising)
- 2) Publisitas (publicity)
- 3) Promosi penjualan (sales promotion)
- 4) Penjualan pribadi (personal selling)

¹¹ R. Budiarto, *Pengembangan UMKM* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2016).

¹² Pugu Kurniawan et al., "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpk Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan," *Jurnal Bisnis Terapan* 3, no. 9 (2019): 25–32.

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008).

5. Hipotesis

H1 : kualitas sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM

H2 : efektivitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM

H3 : kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM

D. Hasil dan Pembahasan

1. Analisis Statistik Deskriptif

Dari 32 responden, didapat bahwa terdapat 13 pelaku UMKM yang berjenis kelamin perempuan dan 19 pelaku UMKM yang berjenis kelamin laki-laki. Dalam penelitian yang dilakukan, tingkat pendidikan SMP sebanyak 3 responden, SMA sebanyak 19 responden, dan lulusan S1 sebanyak 10 responden. Lama usaha responden lebih dari 1 tahun sebanyak 8 responden, lebih dari 10 tahun sebanyak 19 responden dan lebih dari 20 tahun sebanyak 5 responden.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk pengujian instrumen ini menggunakan *software* SPSS 25.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas SDM (X1)

No.	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Item 1	0.568	0.349	Valid
2	Item 2	0.700	0.349	Valid
3	Item 3	0.501	0.349	Valid
4	Item 4	0.623	0.349	Valid
5	Item 5	0.673	0.349	Valid
6	Item 6	0.516	0.349	Valid
7	Item 7	0.591	0.349	Valid
8	Item 8	0.735	0.349	Valid

Sumber Data : Data primer diolah, 2021

Didapat 8 pernyataan yang valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan r_{tabel} yaitu 0,349.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Penggunaan Media Sosial (X2)

No.	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Item 1	0,655	0,349	Valid
2	Item 2	0,543	0,349	Valid
3	Item 3	0,359	0,349	Valid
4	Item 4	0,709	0,349	Valid
5	Item 5	0,760	0,349	Valid
6	Item 6	0,647	0,349	Valid
7	Item 7	0,358	0,349	Valid

Sumber Data : Data primer diolah, 2022

Didapat 7 pernyataan yang valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan r_{tabel} yaitu 0,349.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Pengembangan UMKM (Y)

No.	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	Item 1	0,629	0,349	Valid
2	Item 2	0,365	0,349	Valid
3	Item 3	0,669	0,349	Valid
4	Item 4	0,541	0,349	Valid
5	Item 5	0,719	0,349	Valid
6	Item 6	0,743	0,349	Valid
7	Item 7	0,575	0,349	Valid

Sumber Data : Data Primer diolah, 2022

Didapat 7 pernyataan yang valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan r_{tabel} yaitu 0,349.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Sumber Daya Manusia (X1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar
0,758	0,60

Sumber Data : Data primer diolah, 2022

Nilai *cronbach's alpha* (α) sebesar $0,758 > 0,60$, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Efektivitas Penggunaan Media Sosial (X2)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar
0,672	0,60

Sumber Data : Data primer diolah, 2022

Nilai *cronbach's alpha* (α) sebesar $0,672 > 0,60$, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengembangan UMKM (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar
0,718	0,60

Sumber Data : Data primer diolah, 2022

Nilai *cronbach's alpha* (α) sebesar $0,718 > 0,60$, hal ini menunjukkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

3. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Dalam pengujian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi $> 5\%$ atau 0,05. Uji ini menggunakan program SPSS versi 25.0, maka hasilnya adalah:

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

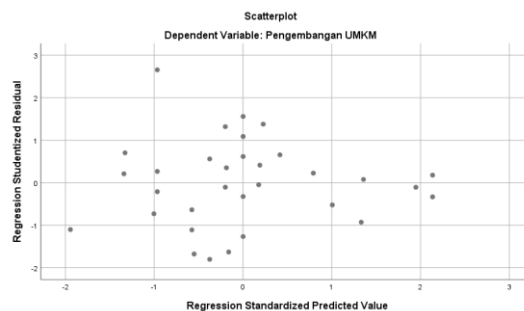
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		32
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.01234437
Most Extreme Differences	Absolute	
	Positive	.081
	Negative	.073

Test Statistic	-.081
Asymp. Sig. (2-tailed)	.081
	.200 ^{c,d}

Sumber Data : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1

Grafik Scatterplots

Sumber : Data primer diolah, 2022

Hasil dari grafik *scatterplots* diatas menunjukkan bahwa tidak mengandung heterokedastisitas, dimana hal tersebut dapat dibuktikan dari residual yang terdistribusi secara acak disertai titik nol.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Adapun hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 9

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.201	4.876		-.041	.967
Kualitas SDM	.438	.153	.443	2.851	.008
Efektivitas Penggunaan media sosial	.467	.187	.388	2.503	.018

Dependent Variable: Pengembangan UMKM

Sumber : Data primer diolah, 2022

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = -0,201 + 0,438 X_1 + 0,467 X_2 + e$$

- 1) Nilai konstanta bertanda negatif, yaitu sebesar -0,201 artinya apabila kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial sama dengan nol (0) maka pengembangan UMKM mengalami penurunan.
 - 2) Koefisien regresi X_1 sebesar 0,438 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar 1% nilai kualitas SDM, maka nilai pengembangan UMKM bertambah sebesar 0,438.
 - 3) Koefisien regresi X_2 sebesar 0,467 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar 1% nilai efektivitas penggunaan media sosial, maka nilai pengembangan UMKM bertambah sebesar 0,467.
- b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel dependen yang disebabkan oleh variabel independen semakin tinggi. Dalam penelitian ini menggunakan nilai *R Square* menggunakan *software* SPSS versi 25.0. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Matriks	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
y	0,553	0,522

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *R Square* sebesar 0,553. Hal ini menunjukkan bahwa 0,553 atau 55,3% berarti variabel independen (kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial) dapat mempengaruhi variabel dependen (pengembangan UMKM) sedangkan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c. Uji Parsial (Uji T)

Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai α (5%) pada tingkat derajat 5%. H_1 diterima jika nilai signifikansi variabel yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Berikut adalah hasil uji hipotesis:

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.201	4.876		.967
	Kualitas SDM	.438	.153	.443	.008
	Efektivitas Penggunaan Media Sosial	.467	.187	.388	.018
Dependent Variable: Pengembangan UMKM					

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil data tabel diatas didapatkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,851 > 1,699$ dan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$ maka H1 didukung artinya bahwa variabel kualitas SDM berpengaruh signifikan terhadap variabel pengembangan UMKM.

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa variabel efektivitas penggunaan media sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,467 dan memiliki thitung sebesar 2,503 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,018. Dimana thitung $2,503 > t_{tabel}$ 1,699 dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H1 didukung artinya bahwa variabel efektivitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap variabel pengembangan UMKM.

5. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis

a. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Pengembangan UMKM

H1 : Terdapat pengaruh kualitas sumber daya manusia terhadap pengembangan UMKM

Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah dengan membandingkan nilai thitung dan ttabel. Hipotesis di dukung jika thitung $> t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi variabel kualitas sumber daya manusia (X1) sebesar $0,008 < 0,05$ dan nilai thitung $2,851 > t_{tabel}$ 1,699. Maka kesimpulannya adalah hipotesis yang dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian atau dengan kata lain secara parsial kualitas sumber daya manusia berpengaruh terhadap pengembangan UMKM pada Sentra Keripik Pisang di Gang PU Kota Bandar Lampung. Hasil analisis diatas yang telah dilakukan dengan

hasil koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa variabel kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM Sentra Keripik Pisang Gang PU Bandar Lampung. Dengan dukungan kualitas sumber daya manusia yang baik, maka akan mempengaruhi kinerja perusahaan yang selanjutnya apabila kinerja perusahaan baik maka akan dapat meningkatkan perkembangan usahanya.

Sumber daya manusia merupakan individu yang memproduksi dan merancang keluaran dalam rangka pencapaian tujuan dan strategi yang telah diterapkan oleh organisasi atau perusahaan. Tanpa adanya individu yang memiliki keahlian (*skill*) atau komponen, maka mustahil bagi organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sumber daya manusia inilah yang dapat membuat sumber daya lainnya dapat berjalan. Maka penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, baik dari kualitas fisik dan kesehatan, intelektual (pengetahuan), maupun sikap dan perilaku, agar usaha yang dijalankan bisa lebih berkembang. Berdasarkan hasil penelitian pada sumber daya manusia di sentra keripik pisang dapat diketahui bahwa sumber daya manusia pada UMKM sentra keripik pisang Gang PU memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dengan sudah terampilnya dalam mengerjakan produksinya misalnya pada proses pembuatan, penggorengan, dan pemberian rasa yang dilakukan dengan baik dan tepat. Hal ini karena sentra keripik ini merupakan industri pengolahan bahan mentah buah yang diolah menjadi bahan jadi seperti keripik yang tidak mengharuskan para pengusaha memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, asalkan pengusaha memiliki keahlian, keterampilan (*softskill*), serta pengetahuan yang didapat dari pengalaman, pengamatan, pelatihan dan pemberdayaan. Hal ini dapat menghasilkan produk yang berkualitas sehingga dapat mempengaruhi perkembangan usahanya.

Menurut Kadarisman (2013) dalam bukunya, bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dapat dilakukan dengan cara melakukan pemberdayaan. Maka makin berkualitasnya sumber daya manusia diharapkan akan mampu menambahkan hasil yang positif terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Inggar Ariani Karendra (2014), yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas sumber daya manusia terhadap perkembangan usaha pada KPRI Pertaguma Kota Madiun.

- b. Pengaruh Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM

H1 : Terdapat pengaruh efektivitas penggunaan media sosial terhadap Pengembangan UMKM sentra keripik pisang Gang PU

Berdasarkan pengujian variabel X2 efektivitas penggunaan media sosial dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi berada pada taraf $0,018 < 0,05$ dan nilai thitung $2,503 > t_{tabel} 1,699$. Sehingga hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian artinya H1 didukung atau dengan kata lain secara parsial efektivitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengembangan UMKM sentra keripik pisang Gang PU. Maka semakin tinggi efektivitas penggunaan media sosial akan semakin tinggi pula pengembangan UMKM. Salah satu penyumbang mengenai efektivitas penggunaan media sosial ini adalah pada indikator promosi dan hubungan dengan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya konsumen yang datang atau bertransaksi karena melihat promosi di media sosial dan sudah kenal atau memiliki hubungan yang baik dengan pemilik toko atau pelaku usaha.

c. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial secara Simultan terhadap Pengembangan UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial secara bersama-sama terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang di Gang PU. Hal ini dibuktikan dengan hasil Fhitung sebesar 17,942 dimana $> f_{tabel} 3,32$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang di Gang PU. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka jika kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial mengalami peningkatan maka pengembangan UMKM keripik pisang di Gang PU juga akan meningkat. Sebaliknya jika kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial mengalami penurunan maka pengembangan UMKM keripik pisang di Gang PU juga ikut menurun. Maka dari itu jika UMKM keripik pisang di Gang PU memiliki kualitas sumber daya manusia yang baik dan mampu memanfaatkan media sosial dengan tepat dan dikelola dengan baik maka akan meningkatkan pengembangan usaha tersebut.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diketahui bahwa kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 55,3% terhadap pengembangan UMKM keripik pisang di Gang PU sedangkan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam

penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas sumber daya manusia dan efektifitas penggunaan media sosial memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM Keripik Pisang di Gang PU.

Penelitian ini diperkuat dengan beberapa teori diantaranya; Budiarto (2016:26) menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia memang menjadi faktor penting dalam pengembangan sebuah usaha. Ketika kualitas sumber daya manusia semakin baik maka proses produksi, pemasaran dan pengelolaan usaha akan berjalan semakin baik dengan begitu pengembangan usaha juga akan semakin meningkat.

Kumar dkk (2016) dalam Hakim Purwantini & Anisa (2018:49) menyatakan bahwa media sosial merupakan platform yang menguntungkan bagi pelaku bisnis dan konsumen untuk bertransaksi serta menjalin komunikasi yang intens. Maka dari itu pemanfaatan dan penggunaan media sosial yang tepat akan mempengaruhi tingkat penjualan dan meningkatkan pengembangan usaha.

Sejalan dengan teori Neo-Klasik dimana hal-hal yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yaitu kualitas sumber daya manusia dan teknologi yang mana efektifitas penggunaan media sosial termasuk didalamnya, dengan demikian kualitas sumber daya manusia dan efektifitas penggunaan media sosial merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan pengembangan UMKM keripik pisang di Gang PU.

d. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yang menjadi acuan dalam seluruh aktivitas ekonomi dalam islam:

i. Tauhid

Quraish Shihab menyatakan bahwa tauhid mengantar manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa kekayaan apapun yang dimiliki seseorang adalah milik Allah. Usaha yang dilakukan seorang muslim harus dimaknai dalam rangka ibadah, kesadaran ini akan menciptakan sikap tawakal, ikhlas dan sabar. Pelaku UMKM sudah sesuai dengan prinsip ini dimana pelaku usaha sudah tawakal yang artinya sudah melakukan segala usaha untuk meningkatkan pengembangan UMKM.

ii. Nubuwwah (Akhlak)

Prinsip ini adalah suatu prinsip pengimplementasian dari sikap-sikap rasulullah dalam menjalankan seluruh kegiatan ekonominya yaitu Siddiq (Benar), tabligh (menyampaikan kebenaran), amanah (dapat dipercaya), fathonah. Siddiq (benar)

sifat benar dan jujur, UMKM keripik pisang di Gang PU telah menjalankan prinsip ekonomi islam seperti memberikan kebenaran dengan cara memberi spesifikasi produk yang jujur walaupun produk tidak terlihat secara langsung ini juga termasuk ke dalam prinsip Tabligh yaitu menyampaikan kebenaran.

Penggunaan media sosial yang digunakan atau dilakukan para pelaku UMKM sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dimana dalam menjalankan sistem media sosial pengusaha tetap bersaing secara sehat.

iii. Kebebasan Individu

Pelaku UMKM memberikan kebebasan kepada setiap pelaku usaha lainnya yang menjual produk yang sama serta tidak saling menjatuhkan sesama pelaku usaha walaupun mereka menjual produk yang sama.

iv. Keadilan

Pelaku usaha juga menerapkan prinsip keadilan dengan tetap berlaku adil terhadap konsumen dan tidak membedakan pembelian melalui media sosial maupun di toko langsung.

Kualitas sumber daya manusia (insani) dapat ditingkatkan dengan cara pengelolaan sumber daya insani itu sendiri. Secara umum pengelolaan sumber daya manusia (insani) bertujuan untuk meningkatkan kontribusi secara produktif sumber daya insani tersebut sehingga dapat meningkatkan sumber daya insani yang ada pada perusahaan baik dari sisi strategik, etik maupun sosial. Dalam ajaran Islam, kualitas sumber daya manusia (insani) memiliki pijakan dasar dalam mengelola sumber daya manusia itu sendiri. Dengan adanya pijakan dasar dan apabila diterapkan dengan baik maka sumber daya manusia yang ada didalam sebuah perusahaanpun menjadi berkualitas. Adapun pijakn-pijakan dasar dalam mengelola sumber daya manusia (insani) yang berkualitas yaitu:

i. Khalifah

Islam, dalam ayat-ayat alquran telah mengisyaratkan tentang bentuk diri manusia, disebutkan dalam Q.S At-Tin ayat 4

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya: *Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.*

Ayat-ayat di atas menjelaskan bahwa manusia adalah khalifah pemegang amanah dimuka bumi, sebagai khalifah hendaknya

dibebani amanah. Memikul amanah itulah yang dipikul setiap manusia didunia apakah ia menyadarinya atau tidak. Ketika kesadaran akan sebuah amanah telah tumbuh maka tentulah ada pertanggungjawabannya di akhirat kelak. Demikian pula dalam dunia usaha atau bisnis. Pengusaha yang tidak mempunyai karyawan tetap dinamakan seorang khalifah, karena ia adalah pemimpin bagi dirinya sendiri, amanah yang dipikul adalah tugas hariannya sendiri. Sedangkan bagi seorang pengusaha yang memiliki karyawan, ia harus menyadari bahwa ada karyawan yang menggantungkan hidup darinya. Oleh karena itu, pemilik usaha pada hakikatnya memegang amanah untuk membawa kehidupan para karyawan menjadi lebih sejahtera lahir maupun batin.

ii. Konsep adil

Konsep adil harus tertanam lebih awal dalam diri seorang insan yang merupakan pemimpin dalam perusahaan. Keadilan merupakan pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Dalam kegiatan bermuamalah suatu keadilan sangatlah penting. Konsep adil dalam sebuah perusahaan haruslah tertanam pada setiap insan kamil demi mencapai tujuan perusahaan dan karir. Pelaku usaha

iii. Tujuan organisasi dan tujuan individu sumber daya insani

Dalam perkembangan selanjutnya tujuan individu dan organisasi dalam perusahaan haruslah sejalan, jika tidak maka akan sulit mengelola sumber daya manusia (insani) yang ada dalam organisasi perusahaan tersebut. Dalam Islam, tujuan hidup manusia adalah untuk mendapatkan ridho Allah swt, apapun profesi dan jabatan yang dipegangnya.

iv. Acuan dalam mengelola sumber daya manusia (insani)

Dalam mengelola sumber daya manusia (insani), manusia sebagai sumber daya penggerak suatu proses produksi harus memiliki sifat-sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh Rasul yaitu Shiddiq (benar atau jujur), Amanah (Terpercaya), Fathanah (cerdas), Tablig (transparan).

Keadaan sumber daya manusia yang dimaksud pada UMKM keripik pisang Gang PU yaitu pelaku usaha saat ini sudah baik namun masih saja belum bisa dikatakan sempurna karena masih perlu adanya pelatihan-pelatihan rutin yang diberikan oleh dinas terkait yang bisa dilakukan pada sumber daya manusia itu sendiri.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas sumber daya manusia dan efektivitas penggunaan media sosial terhadap pengembangan UMKM keripik pisang di Gang PU, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas sumber daya manusia (X1) mempunyai hubungan yang searah dengan pengembangan UMKM (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas sumber daya manusia (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengembangan UMKM (Y).
- b. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel efektivitas penggunaan media sosial (X2) mempunyai hubungan yang searah dengan pengembangan UMKM (Y). Disimpulkan bahwa variabel efektivitas penggunaan media sosial (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM (Y).
- c. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas sumber daya manusia dan variabel efektivitas penggunaan media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM.
- d. Pelaku Usaha Sentra Keripik Pisang Gang PU sudah menjalankan prinsip ekonomi Islam, seperti adanya keadilan bagi setiap konsumen baik secara online maupun offline dan kebebasan pada setiap produsen sehingga bersaing secara sehat dan tidak saling menjatuhkan.

F. DaftarPustaka

- Budiarto, R. *Pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2016.
- Direktorat Jendral IKM dan Aneka. *Media Informasi Dan Promosi Industri Kecil, Menengah Dan Aneka Gema*, 2022.
- Fuadi, Fatih. "Analysis of The Role of The Creative Economy on Society Increasing in Household Income from The Prespective of Islamic Economics (Studies in Society District Pringsewu)." *Journal of Islamic Business and EconomicReview*. 2, no. 1 (2019): 63–72.
- Furqon, Danang Faizal. "Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Pengusaha Lanting Di Lemah Duwur Kecamatan KUwarasan Kabupaten Kebumen." *Universitas Negeri Yogyakarta* 01, no. 4 (2017): 1–7.
- Januardin. "Pengaruh Pengetahuan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM Di Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima* 1, no. 1 (2019): 1–10.
- Karendra, Inggar Ariani. "Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Perkembangan Usaha Pada Kpri Pertaguma Kota Madiun." *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya* 4, no. 1 (2016): 57. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v4i1.633>.

- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Noviarita, Heni, Muhammad Kurniawan, and Gustika Nurmalia. "Analisis Halal Tourism Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 302. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1574>.
- Pamungkas, Pradono Tri. "Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (Sdm) Dan Promosi Terhadap Pemberdayaan Umkm (Studi Kasus Pada Pemilik Usaha Di Sekitar Pasar Babadan, Ungaran)." *Journal of Management* 1, no. 1 (2015): 1–6.
- Poerwadarminta, W. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Puguh Kurniawan, Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, Rian Fadli, Deru R Indika, Cindy Jovita, and Afiffatus Sholihah. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Vapormxpku Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan." *Jurnal Bisnis Terapan* 3, no. 9 (2019): 25–32.
- Raharja, Prataharma. *Teori Ekonomi Makro*, 2005.
- Yusuf, Burhanuddin. *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.