

## Urgensi Pemanfaatan *E-Marketing* Dan *Self Directed Learning* Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Boalemo

Hasmirati<sup>1\*</sup>, Hamsir Saleh<sup>2</sup>, Alfin Akuba<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Prodi Manajemen FEKON Universitas Ichsan Gorontalo

<sup>2</sup>Prodi Teknik Informatika FIKOM Universitas Ichsan Gorontalo

Correspondence: asmhy392@gmail.com

Received: 26 Oktober, 2022 | Accepted: 24 Maret 2023 | Published: 5 Juni, 2023

### Keywords:

*E-Marketing; MSME Performance; Self Directed Learning*

### Abstract

This research was conducted to determine the effect of the Urgency of Using *E-Marketing* and *Self Directed Learning* in Improving MSME Performance during the Covid-19 pandemic in Boalemo Regency. Samples were taken using a purposive sampling technique, namely determining a sample based on certain criteria. This research uses quantitative methods. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique. The results obtained from this study are that the use of *E-Marketing* and *Self Directed Learning* together has a significant effect on MSME performance. of 0.000. Utilization of *E-Marketing* partially has a significant effect on MSME performance of 0.000. While *Self Directed Learning* partially has a significant effect on MSME performance of 0.001.

### Kata Kunci:

*E-Marketing; Kinerja UMKM; Self Directed Learning*

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Urgensi Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. sebesar 0.000. Pemanfaatan *E-Marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM sebesar 0.000. Sedangkan *Self Directed Learning* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM sebesar 0.001.

## PENDAHULUAN

Keberadaan virus corona (covid-19) sangat menyita perhatian dunia. Covid-19 tidak hanya menyerang kesehatan akan tetapi berdampak pada sektor perekonomian. Tak terkecuali di Indonesia khususnya UMKM. Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) memang memainkan peran utama dan penting di masa kini ekonomi dunia, dan mereka diakui sebagai salah satu kontributor utama ekonomi, pembangunan dan pertumbuhan lapangan kerja (Abdul, 2016). UMKM adalah perusahaan yang memiliki karyawan di bawah batas tertentu atau modal disetor atau omset penjualan tahunan sampai dengan batas tertentu (Humaira, 2018). Fachrunisa (2022) mengemukakan bahwa kinerja merujuk pada tingkat pencapaian prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. UMKM merupakan salah satu yang paling terpuruk dengan adanya covid-19 khususnya di Kabupaten Boalemo. Untuk itu untuk meningkatkan kinerja UMKM perlu mendapatkan perhatian khusus karena UMKM merupakan penyumbang terbesar PDB dan menjadi andalan penyerapan pengangguran. Sebagai bentuk dukungan pemerintah kepada pelaku UMKM dengan memberikan bantuan modal serta pelatihan-pelatihan dalam meningkatkan kinerja UMKM. namun kinerja UMKM yang diharapkan belum memuaskan. Menurunnya kinerja UMKM di Kabupaten Boalemo diduga imbas dari covid-19. Banyak UMKM yang gulung tikar seperti usaha makanan, toko kue serta pakaian. Menurunnya permintaan dari konsumen sehingga pelaku UMKM sulit untuk mengoperasikan usahanya. Sejak adanya covid-19 masyarakat dihimbau untuk mengurangi kegiatan diluar rumah atau menghadiri keramaian untuk memutus rantai penyebaran covid-19. Selain itu permasalahan yang sering dialami oleh UMKM dapat dipengaruhi oleh faktor intern maupun faktor ekstern, salah satunya ialah disebabkan oleh lemahnya manajemen, kurangnya penggunaan teknologi yang kompetitif, serta kelemahan didalam mengembangkan jaringan pasar.

Dengan kondisi seperti ini untuk menghadapi perubahan perilaku konsumen dan meningkatkan kinerja usahanya pelaku UMKM harus mengubah perilaku bisnisnya yaitu dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi internet dalam hal ini *E-Marketing* memiliki peran yang sangat penting dalam proses bisnis saat ini bahkan hingga era new normal seperti sekarang. *E-Marketing* adalah penggunaan teknologi informasi dalam proses membuat, berkomunikasi, dan menyampaikan nilai (value) kepada pelanggan, dan juga dapat digunakan untuk menjaga hubungan pelanggan untuk saling menguntungkan (Haudi, 2022). *E-Marketing* mencakup semua kegiatan bisnis melalui internet dengan tujuan untuk menarik calon konsumen baru maupun konsumen lama, mempertahankan citra usaha serta mengembangkan merek sehingga dapat meningkatkan kinerja umkm (Oktaviani, Aldino, & Lestari, 2022). Pemanfaatan *E-Marketing* lebih maksimal dalam penyebaran informasi pemasaran baik jasa maupun barang yang ditawarkan, juga memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain pemanfaatan *E-Marketing*. Pelaku UMKM juga harus lebih mempersiapkan diri untuk terus belajar. *Self Directed Learning* adalah kemampuan mengambil inisiatif untuk bertanggung jawab terhadap pelajarannya dengan atau tanpa orang lain yang meliputi aspek: kesadaran, strategi belajar, kegiatan belajar, evaluasi, dan keterampilan interpersonal (Lee & Ie, 2019). *Self Directed Learning* sebagai proses pembelajaran di mana individu mengambil inisiatif, dengan atau tanpa bantuan orang lain, dalam mendiagnosis kebutuhan belajar mereka, merumuskan tujuan pembelajaran, mengidentifikasi sumber daya

manusia dan material untuk belajar, memilih dan menerapkan strategi pembelajaran yang tepat, dan mengevaluasi hasil belajar (Tseng, 2013). Karena untuk meningkatkan kinerja usaha dibutuhkan keterampilan wirausahawan sebagai pemilik usaha. Belajar diawali dengan inisiatif sendiri dengan perencanaan belajar sendiri (*self planned*) dan dilakukan sendiri (*self conducted*), menyadari kebutuhan belajar mandiri dalam mencapai tujuan belajar dengan cara membuat strategi sendiri untuk menentukan tujuan pribadi, menyusun keputusan atas sumber daya yang ada dan strategi dalam menghadapi pesaing, serta mengevaluasi hasil dari apa yang telah dilakukan.

## METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ialah data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), seperti data laporan keuangan UMKM dan data kualitatif atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan mencirikan sesuatu. Data ini dapat diamati dan dicatat. Tipe data ini bersifat non-numerik. Sumber Data yang digunakan ialah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari kuesioner yang dibagikan kepada responden dan data sekunder adalah data yang sebelumnya tersedia yang diperoleh dari buku, artikel dan karya ilmiah. Sampel diambil dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* yaitu penentuan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu seperti UMKM yang masih aktif sampai tahun 2021 (Sugiyono, 2015). Metode pengumpulan data berupa observasi yaitu mengamati aktivitas organisasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penulis melakukan wawancara untuk memperoleh data berupa informasi dan informasi, yang diwawancarai adalah pemilik UMKM di Kecamatan Talamuta Kabupaten Boalemo. Survei kuesioner dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden serta dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui buku penelitian, makalah, dan jurnal ilmiah untuk memperoleh informasi tentang teori dan konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

#### 1. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan yang telah diuraikan pada tabel berikut:

Tabel :1  
Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi ( $\Sigma$ )	Prsentase (%)
SD	30	28,3
SMP	45	42,5
SMA	19	17,9
S1	12	11,3
Total	106	100

Sumber: Olahan Data, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden SD yaitu 30 orang atau sekitar 28,3%, jumlah responden SMP sebanyak 45 orang atau 42,5%. jumlah responden SMA sebanyak 19 orang atau 17,9%. Dan jumlah responden S1 sebanyak 12 orang atau 11,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berpendidikan SMP, sedangkan responden yang paling sedikit ialah berpendidikan S1.

## 2. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel : 2  
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi ( $\Sigma$ )	Prsentase (%)
Laki-laki	12	11,3
Perempuan	94	88,7
Total	106	100

Sumber: Olahan Data, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki yaitu 12 orang atau sekitar 11,3%, sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 94 responden atau sekitar 88,7%. Hal ini menunjukkan bahwa antara responden laki-laki dengan perempuan tidak seimbang. Artinya responden yang paling banyak ialah perempuan dibandingkan responden laki-laki.

## 3. Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh jumlah usia responden pada UKM sektor kuliner di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel : 3  
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi ( $\Sigma$ )	Prsentase (%)
< 20 Tahun	0	0
20-30 Tahun	47	44,3
>31 Tahun	59	55,7
Total	106	100

Sumber: Hasil olahan Data, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden umur < 20 Tahun yaitu tidak ada reponden atau 0%, sedangkan jumlah responden umur 20-30 Tahun sebanyak 47 orang atau 44,3%. Dan jumlah responden umur >31 Tahun sebanyak 59 orang atau 55,7%. Hal ini menunjukkan bahwa antara responden memiliki umur yang berbeda-beda dan lebih banyak responden yang umur >31 tahun.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam analisis ini untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat pada hasil olahan data. Pengujian instrument penelitian ini baik dari segi validitasnya maupun reliabilitasnya terhadap 106 responden. Instrumen penelitian yang dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan untuk reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan *E-Marketing* (X1)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel : 4

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pemanfaatan <i>E-Marketing</i>						
Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket	Alpha	Ket
Pemanfaatan <i>E-Marketing</i> (X1)	X2.1	0,896	0,190	Valid	0,903	$> 0,60 =$ Reliabel
	X2.2	0,866	0,190	Valid		
	X2.3	0,866	0,190	Valid		
	X2.4	0,891	0,190	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Pemanfaatan *E-Marketing* (X1) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,903 dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel Pemanfaatan *E-Marketing* reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

### 2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel *Self Directed Learning* (X2)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut

Tabel : 5

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Self Directed Learning</i> (X2)						
Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket	Alpha	Ket
<i>Self Directed Learning</i> (X2)	X1.1	0,770	0,190	Valid	0,882	$> 0,60 =$ Reliabel
	X1.2	0,800	0,190	Valid		
	X1.3	0,842	0,190	Valid		
	X1.4	0,840	0,190	Valid		
	X1.5	0,887	0,190	Valid		

Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel *Self Directed Learning* (X2) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,882 dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel *Self Directed Learning* reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,6$ .

### 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kinerja UMKM (Y)

Berdasarkan hasil analisis data pada lampiran Uji Validitas dan Uji Reliabilitas diperoleh hasil penelitian sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel : 6  
 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja UMKM (Y)

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket	Alpha	Ket
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0,835	0,190	Valid	0,889	> 0,60 = Reliabel
	Y.2	0,867	0,190	Valid		
	Y.3	0,826	0,190	Valid		
	Y.4	0,822	0,190	Valid		
	Y.5	0,821	0,190	Valid		

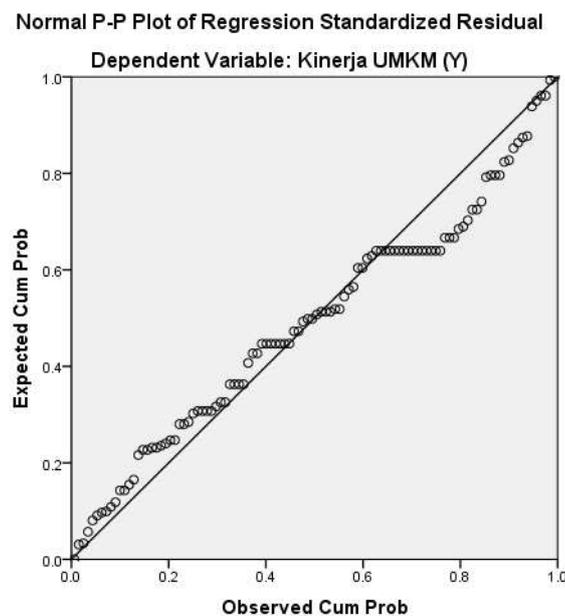
Sumber: Hasil Olahan Data 2022

Tabel di atas menjelaskan bahwa semua item pernyataan untuk variabel Kinerja UMKM (Y) menunjukkan hasil yang valid, keputusan ini diambil karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan koefisien alphanya sebesar 0,889 dengan demikian berarti semua item pernyataan untuk variabel Kinerja UMKM reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati distribusi normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat distribusi data pada sumber diagonal pada grafik normal *p-plot of regression standardized* sebagai dasar untuk pengambilan keputusan. Jika mengembang di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, residual dalam model regresi terdistribusi normal (Priyatno & Duwi, 2011 : 289). Adapun hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode propability-plot adalah sebagai berikut:



Gambar : 1  
 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik Normal P-Plot pada gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dalam penelitian ini tidak terjadi gangguan normalitas dan data memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Kriteria yang digunakan ialah Jika nilai VIF dari variabel adalah  $< 10$ , itu berarti bahwa tidak ada multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji multikolinieritas pada tabel berikut:

**Tabel : 7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	E-Marketing (X1)	.211	4.736
	Self Directed Learning (X2)	.211	4.736

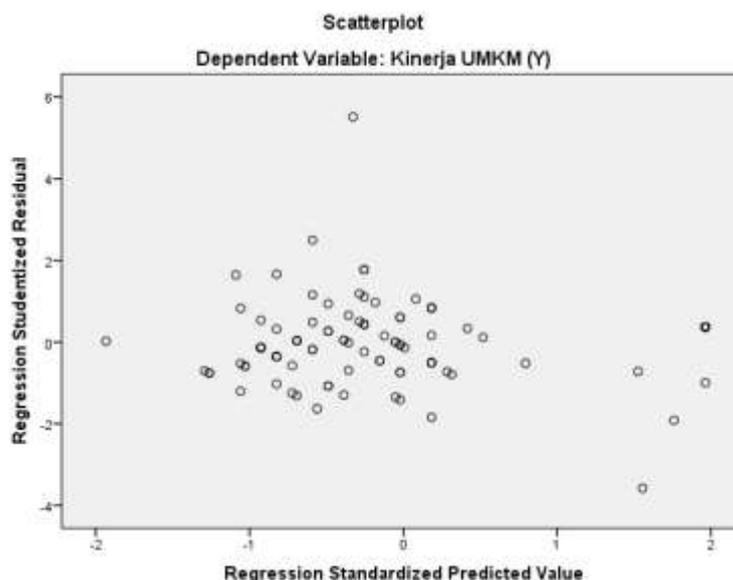
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 24, 2022

Dengan melihat hasil pengujian multikolinearitas di atas, diketahui bahwa variabel Penerapan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* yang memperoleh nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residu untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Penelitian ini menggunakan scatterplot untuk pengujian heteroskedastisitas. Dalam scatterplot terdapat banyak titik pada sumbu X dan Y. Jika titik-titik ini tersebar dan tidak ada pola, maka dikatakan bahwa ini bukan heteroskedastisitas, tetapi homoskedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar : 2  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari asumsi autokorelasi klasik. Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antara residual satu pengamatan dan pengamatan lain dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak ada autokorelasi dalam model regresi. Metode uji yang umum digunakan adalah tes Durbin Watson (uji dW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika dW antara dU dan (4-dU), hipotesis nol diterima, yang berarti bahwa tidak ada autokorelasi.
- b. Satu Jika dW kurang dari dL atau lebih besar dari (4-dL), hipotesis nol ditolak, yang berarti ada autokorelasi.
- c. Jika dW berada di antara dL dan dU atau (4-dU) dan (4-dL), tidak ada kesimpulan yang pasti. Nilai du dan dl dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson, yang tergantung pada jumlah pengamatan dan jumlah variabel penjelas. Hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel : 8  
Hasil Uji Autokorelasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 <sup>a</sup>	.823	.819	1.502	2.133

a. Predictors: (Constant), Self Directed Learning (X2), E-Marketing (X1)

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 24, 2022

Dari hasil pengolahan data *SPSS 24* menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar  $dW = 2.133$  Dengan diketahui nilai  $n$  (jumlah data) = 106,  $k$  (Jumlah Variabel bebas) = 2, nilai  $dL$  (batas bawah) = 1,64 dan  $dU$  (batas atas) = 1,72. Maka dapat dihitung  $(4-dU)$  yaitu  $4 - 1,72 = 2,28$ . Karena nilai  $dU = 1,72 < 2.133 < 2,28$ . Berarti dapat disimpulkan bahwa data regresi tidak memiliki autokorelasi.

### Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar Urgensi Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo, sehingga persamaan regresinya yaitu:

Tabel 9.  
Uji Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.307	.796		1.642	.104
	<i>E-Marketing (X1)</i>	.750	.111	.611	6.772	.000
	<i>Self Directed Learning (X2)</i>	.327	.092	.319	3.536	.001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 24, 2022

$$\hat{Y} = 1.307 + 0,750X1 + 0,327X2 + 0.177\epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat dibuat interpretasi sebagai berikut:

1. Apabila variabel  $X1$ ,  $X2$ , dianggap tidak mempengaruhi atau bernilai 0 maka Kinerja UMKM sebesar 1.307.
2. Koefisien regresi berganda bertanda positif menunjukkan perubahan yang searah apabila variabel  $X1$  mengalami peningkatan satu satuan skor maka Kinerja UMKM sebesar 1.307 ini jika variabel lain dianggap tidak mempengaruhi (bernilai nol).
3. Koefisien regresi berganda bertanda positif menunjukkan perubahan yang searah apabila variabel  $X2$  mengalami kenaikan satu satuan skor maka Kinerja UMKM naik sebesar 0,327 ini jika variabel lain dianggap tidak mempengaruhi (bernilai nol).
4. Epsilon ( $\epsilon$ ) 0.177 Variabel yang tidak di teliti tetapi mempegaruhi variabel (Y) sebesar 17,7%.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Hasil Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan digunakan untuk menguji secara bersama-sama ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak ada pengaruh signifikan atau  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dan

apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka ada pengaruh signifikan atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel : 10  
Hasil Uji Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1078.519	2	539.260	238.975	.000 <sup>b</sup>
	Residual	232.424	103	2.257		
	Total	1310.943	105			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)  
b. Predictors: (Constant), Self Directed Learning (X2), E-Marketing (X1)

Sumber: Olahan Data SPSS 24, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa uji simultan menghasilkan nilai signifikansi 0.000 dan nilainya lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$  (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. **Diterima**

## 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menghitung koefisien regresi secara individual atau untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner. Kriteria untuk menerima dan menolak hipotesis secara parsial menggunakan uji t didasarkan pada nilai signifikansi. Jika tingkat signifikansi  $<$  tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , ada pengaruh secara parsial. Jika tingkat signifikansi  $>$  tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , tidak ada pengaruh parsial.

Tabel : 11  
Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.307	.796		1.642	.104
	<i>E-Marketing (X1)</i>	.750	.111	.611	6.772	.000
	<i>Self Directed Learning (X2)</i>	.327	.092	.319	3.536	.001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Sumber: Olahan Data SPSS 24, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas uji statistik yang dilakukan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Pemanfaatan *E-Marketing (X1)* sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi alpha (0,05). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa Pemanfaatan *E-Marketing* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa Pemanfaatan *E-Marketing* berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. **Diterima.**

Uji statistik yang dilakukan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel *Self Directed Learning* (X2) sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai signifikansi alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Self Directed Learning* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Hipotesis yang menyatakan bahwa *Self Directed Learning* berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. **Diterima.**

## **PEMBAHASAN**

### **1. Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* secara simultan berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo.**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. Hasil dari wawancara peneliti dengan pemilik UMKM, mengemukakan bahwa adanya penerapan teknik promosi *interactive* atau merupakan hubungan dua arah antara pihak UMKM dengan konsumen yang dapat memberikan info dan dapat diterima dengan baik dan jelas. Misalnya pemilik UMKM dalam melakukan pemasaran selalu mengusahakan agar menggunakan kata-kata yang sopan dan tidak menyinggung pihak lain dan kata-kata yang mudah dipahami dan menarik minat pelanggan, UMKM hanya fokus untuk melakukan pemasaran pada barang yang dijual dan sebisa mungkin tidak menyinggung para pesaing. Pemilik UMKM selalu menerapkan pola persaingan yang sehat. Selain itu UMKM menerapkan tampilan menarik dalam media sosial yang dapat memberikan nilai positif bagi UMKM misalnya dalam pemasaran melalui Instagram, facebook atau media lainnya yang mendukung penjualan dilakukan dengan jujur dan tidak menipu. Semua jenis makanan maupun minuman yang diposting semuanya sesuai dengan keadaan barang sebenarnya jadi tidak menipu pelanggan, setiap barang yang diposting di sosial media real kenyataan dengan barang aslinya sesuai dengan yang ada di foto postingan sosial media dan tidak ada perbedaan harga yang dicantumkan di sosial media. Faktor lain yang mendukung kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Talamuta ialah adanya pengembangan keahlian artinya pemilik UMKM membuka usaha yang dikuasai sehingga memudahkan pemilik UMKM untuk mengembangkan usahanya. Didukung dari hasil wawancara dengan pemilik UMKM bahwa pemanfaat *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* sangat membantu perkembangan UMKM hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan pasar dan pemasaran UMKM yang semakin mengalami peningkatan.

### **2. Pemanfaatan *E-Marketing* secara parsial berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo.**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Pemanfaatan *E-Marketing* berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-

19 di Kabupaten Boalemo. Hal ini dikarenakan hasil dari wawancara peneliti dengan pemilik UMKM yaitu, selalu menghargai setiap pelanggan termasuk ketika para pelanggan menanyakan harga spesifikasi makanan maupun minuman dan merespon dengan cepat pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan dari pelanggan. Selain itu, menerapkan program-program yang menarik tentu menjadi keunggulan dalam setiap promosi yang dilakukan. Program-program ini juga diharapkan agar dapat memberikan nilai yang lebih kepada UMKM misalnya mengadakan program potongan harga atau diskon, strategi promosi yang satu ini cukup populer dan banyak digunakan oleh pelaku bisnis. Konsumen biasanya akan lebih tertarik dengan produk yang menawarkan program diskon atau potongan harga dalam penjualannya seperti diskon sepuluh persen untuk aneka jajanan pasar, potongan harga untuk dua porsi makanan, dan sebagainya. Pemanfaatan *E-Marketing* sangat signifikan dalam membantu proses pemasaran karena biaya yang dikeluarkan juga tidak terlalu mahal sehingga dapat mengalokasikan dana ke kebutuhan lain nya yang lebih efektif dan efisien, buktinya dengan adanya Pemanfaatan *E-Marketing* perlahan kinerja UMKM meningkat tiap tahunnya. Pemanfaatan *E-marketing* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Priyanto, Najib, & Septiani, 2020).

### **3. *Self Directed Learning* secara parsial berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo.**

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan sebelumnya bahwa *Self Directed Learning* secara parsial berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM Sektor Kuliner selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. Hal ini dikarenakan berdasarkan wawancara maupun jawaban responden pada kuesioner yang dibagikan tergolong baik misalnya kemampuan pemilik UMKM untuk mengembangkan keahlian misalnya pemilik UMKM belajar untuk fokus dan menerapkan talenta dan kemampuan mereka. *Self-directed learning* menekankan pada perkembangan keahlian dan proses menuju aktivitas produktif. Pelaku UMKM belajar untuk mencapai hasil program, berpikir secara mandiri, dan merencanakan dan melaksanakan aktivitas mereka sendiri. Selain itu banyak prinsip dari motivasi yang dibangun untuk *self directed learning*, seperti mencapai tujuan minat yang tinggi. Ketika pelaku usaha menggunakan prinsip ini, maka menjadi elemen utama dari motivasi diri sendiri. Dengan mengatur tujuan penting untuk menjalankan usaha, menyusun feedback untuk pekerjaan mereka, dan mencapai kesuksesan, mereka belajar untuk menginspirasi usaha mereka sendiri seperti mengevaluasi kemajuan diri mereka sendiri, mereka menilai kualitas dari pekerjaan mereka dan proses yang didesain untuk melakukannya. Dalam *self directed learning*, penilaian merupakan hal yang penting dari belajar dan belajar bagaimana mempelajarinya sehingga usaha bisa bertahan dan memperoleh kinerja atau hasil yang lebih baik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Monika (2019) yang menyatakan bahwa pengusaha yang belajar dan mengembangkan keterampilan manajemen diri dan pemantauan diri mereka memiliki lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman kewirausahaan dalam proses pengembangan UKM.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Pemanfaatan *E-Marketing* dan *Self Directed Learning* secara simultan berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. Pemanfaatan *E-Marketing* secara parsial berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo. *Self Directed Learning* secara parsial berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja UMKM selama masa pandemi covid-19 di Kabupaten Boalemo.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abdul, M., Imran, K., Mohammed, A., Murtaza, M., & Farooque, U. (2016). E-marketing a boon for smes of Oman. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(1), 233–240.
- Fachrunnisa, Z. H., & Putri, A. Z. (2022). Factors Affecting The Performance Of MSMEs In Purworejo Regency. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 383–398.
- Haudi, Retno, E., Santamoko, R., Sisiawan, R., & Purwoko, D. (2022). The role of e-marketing and e-CRM on e-loyalty of Indonesian companies during Covid pandemic and digital era. *Uncertain Supply Chain Management*, 10, 217–224.
- Humaira, I. (2018). Pada Pelaku Umkm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten The Influence Of Financial Knowledge , Financial Attitude , And Personality Towards Financial Management Behavior On Small. *Jurnal Nominal*, 7(1), 96–110.
- Lee, M., & Ie, M. (2019). Pengaruh Self Directed Learning Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(2), 290–296.
- Oktaviani, L., Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. *Jurnal Literasi*, 2(1), 369–375.
- Priyanto, H., Najib, M., & Septiani, S. (2020). Faktor Adopsi E-Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kuliner Kota Bogor. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 10(2), 235–244.
- Priyatno, & Duwi. (2011). *Buku Saku Analisis Yogyakarta. Statistik Data SPSS, Mediakom, Rahardja*,.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tseng, C. C. (2013). *Connecting self-directed learning with entrepreneurial learning to entrepreneurial performance. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 7(6).