

Analisis Pola Komunikasi dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan UKM di Makassar Melalui Kerjasama Tim

Sitti Ravida Syamsu^{1*}, Hendra Gunawan¹, Novita Rosanti¹

¹ Magister Manajemen Institut Bisnis dan Keuangan Nitro Makassar

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pola komunikasi dan digital marketing terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar melalui kerjasama tim. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi koefisien jalur yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan objek penelitian yang sesungguhnya untuk mengetahui pola komunikasi dan digital marketing terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar melalui beberapa item pernyataan kuesioner kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi dan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kerjasama tim berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, pola komunikasi dan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kerjasama tim, serta pola komunikasi dan digital marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar melalui kerjasama tim.

Kata kunci: Digital Marketing, Kerjasama Tim, Kinerja Karyawan, Pola Komunikasi.

Abstract

The purpose of this research is to determine the influence of communication patterns and digital marketing on the improvement of SME employee performance in Makassar through teamwork. The analysis method used is the path coefficient regression analysis method, aiming to depict the actual research object's condition to understand the communication patterns and digital marketing's impact on improving SME employee performance in Makassar through several questionnaire statement items to respondents. The results of this research indicate that communication patterns and digital marketing have a positive and significant effect on employee performance, teamwork has a positive and significant effect on employee performance, communication patterns and digital marketing have a positive and significant effect on teamwork, and communication patterns and digital marketing also have a positive and significant effect on the improvement of SME employee performance in Makassar through teamwork.

Keywords: Communication Patterns, Digital Marketing, Employee Performance, Teamwork.

1. Pendahuluan

Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi salah satunya adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Posisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis (Bahri et al, 2019). Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi,

potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) yang sangat dominan sekitar 63.58% (Sofyan, 2017).

UKM merupakan suatu usaha yang produktif untuk dikembangkan dan mendukung perekonomian ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa agar bisa berkembang (Suci, 2017). Diantara begitu banyak ketrampilan yang dibutuhkan dalam memajukan UKM, salah satu cara yang dapat menyatukan seluruh aspek untuk bersinergi mencapai tujuan bersama, yaitu ketrampilan dan kemampuan dalam berkomunikasi yang dapat memotivasi para karyawan untuk memberikan kinerja terbaiknya (Suranto, 2010). Untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan maka diperlukan sebuah komunikasi yang baik, dimana terdapat jalinan pengertian dalam komunikasi tersebut sehingga dimengerti serta dilaksanakan antara pihak yang satu dengan pihak yang lain (Daga, 2019).

Hal yang perlu diperhatikan juga adalah pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) yang memberikan harapan bagi UKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari, pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Dunia maya kini tak lagi hanya menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain diseluruh penjuru dunia. (Padli, 2022).

Selain itu, strategi pengembangan UKM untuk tetap bertahan dapat dilakukan dengan peningkatan daya saing dan pengembangan sumber daya manusia agar memiliki nilai dan mampu bertahan menghadapi persaingan, salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan adanya peningkatan kinerja karyawan (Manuhung, 2023). Dengan adanya kinerja yang tinggi yang dimiliki oleh karyawan, diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai (Lewa & Subowo, 2023).

Selanjutnya, faktor yang juga mempengaruhi kinerja karyawan yaitu kerjasama tim (Fahmi, 2015). Tim lebih baik daripada kinerja per individu disuatu organisasi ataupun perusahaan. Walaupun begitu, kerja sama tim juga harus efektif agar memberikan kontribusi yang baik bagi kinerja karyawan (Susanti, 2021). Kerjasama tim yang baik dibutuhkan untuk bisa mendukung proses pencapaian tujuan perusahaan (Lawasi et al., 2017). Kerjasama tim adalah sistem perpaduan kerja suatu kelompok yang didukung oleh berbagai keahlian dengan kejelasan tujuan, dan juga didukung oleh kepemimpinan dan komunikasi untuk menghasilkan kinerja yang lebih tinggi daripada kinerja individu (Salsabila, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi, pola digital marketing dan pola komunikasi terhadap peningkatan kinerja tim karyawan UMKM di Makassar. Selain itu, bertujuan juga untuk mengetahui pola komunikasi, pola digital marketing dan pola komunikasi terhadap peningkatan kerjasama tim karyawan UMKM di Makassar.

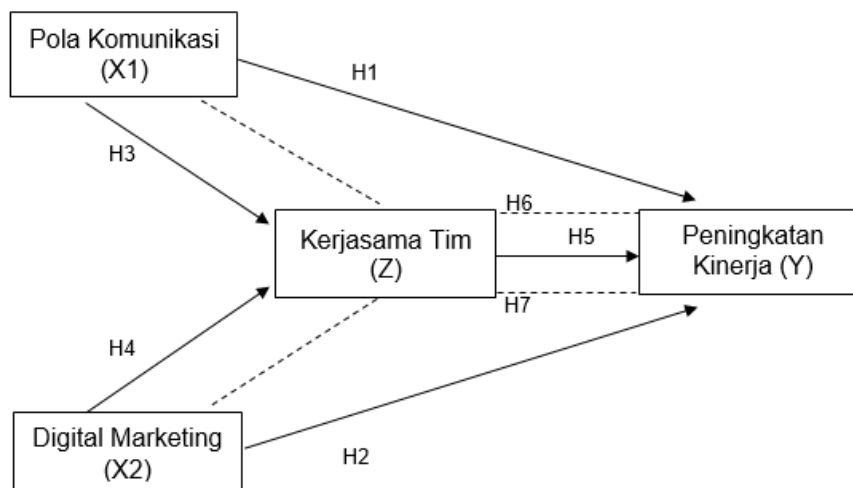
2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mana didasarkan pada filosofi positif yang meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara acak dengan menggunakan alat untuk mengumpulkan data lalu menganalisis secara statistik. Populasi dalam

penelitian ini merupakan UKM (Usaha kecil dan menengah) yang berada pada lorong wisata dan telah *go online* atau telah memiliki akses online yang berada di area Kota Makassar yang berjumlah 3.827 UKM yang tersebar di 13 Kecamatan dengan sampel pada penelitian ini adalah 91 UKM yang berada pada lorong wisata di Makassar yang memiliki karyawan minimal 5 orang dan telah memiliki akses *go online*.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah mengumpulkan data dengan menggunakan metode yang telah ditentukan (observasi, wawancara, angket dan dokumentasi).

Penelitian ini dilakukan di UKM lorong wisata yang ada di area Kota Makassar. Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini adalah 2 (dua) bulan, yakni mulai bulan September hingga Oktober 2023. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*) untuk mengetahui hubungan struktural variabel independen dan variabel dependen serta besarnya pengaruh langsung dan juga pengaruh total dari model yang dibangun dalam penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Karakteristik Responden

Ciri dan tipe jenis kelamin responden dikelompokkan kedalam 2 kelompok yaitu laki-laki dan perempuan, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	33	36%
2	Perempuan	58	64%
Jumlah		91	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 1 di atas, dapat diperoleh hasil bahwa responden didominasi oleh perempuan dengan jumlah 58 orang dan persentase 64%.

Tabel 2. Karakteristik Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Persen
1	18-23	25	27%
2	24-29	36	40%
3	30-36	16	18%
4	37-43	10	11%
5	44-49	4	4%
Jumlah		91	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat diperoleh hasil bahwa responden didominasi oleh umur 24-29 tahun dengan jumlah responden 36 orang dan persentase 40%.

Tabel 3. Karakteristik Menurut Masa Kerja

No	Masa Kerja	Jumlah
1	6 - 12 Bulan	40 orang
2	13 - 19 Bulan	19 orang
3	20 - 26 Bulan	12 orang
4	27 - 34 Bulan	10 orang
5	35 - 41 Bulan	6 orang
6	42 - 48 Bulan	4 orang

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dilihat dari karakteristik responden di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden terbanyak didominasi oleh karyawan yang masa kerjanya 6-12 bulan dengan total responden 40 orang.

Uji Validitas dan Reabilitas

Pada penelitian ini adalah 91 responden, dengan $r_{\text{tabel}} = 0,206$. Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka pernyataan tersebut valid. Hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Pola Komunitas (X1), Digital Marketing (X2), Kinerja Karyawan (Y1) dan Kerjasama Tim (Z1)

ItemPernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	.568**	0,206	Valid
X1.2	.718**	0,206	Valid
X1.3	.751**	0,206	Valid
X1.4	.749**	0,206	Valid
X1.5	.763**	0,206	Valid
X2.1	.723**	0,206	Valid
X2.2	.818**	0,206	Valid
X2.3	.776**	0,206	Valid
X2.4	.802**	0,206	Valid

Y.1	.689**	0,206	Valid
Y.2	.685**	0,206	Valid
Y.3	.746**	0,206	Valid
Y.4	.655**	0,206	Valid
Y.5	.580**	0,206	Valid
Z.1	.787**	0,206	Valid
Z.2	.881**	0,206	Valid
Z.3	.775**	0,206	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel 4 di atas dari pengujian validitas instrumen penelitian, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mempunyai *item_total correlation* > 0,206. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrumen penelitian yang menggunakan SPSS 22.0 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Pola Komunikasi (X1), Digital Marketing (X2), Kinerja Karyawan (Y1) dan Kerjasama Tim (Z1)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pola Komunikasi (X1)	0.758	Reliabel
Digital Marketing (X2)	0.775	Reliabel
Kerjasama Tim (Z1)	0.697	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y1)	0.742	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel diatas dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian, menunjukkan *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut dinyatakan reliabel.

Analisis Model dan Pembuktian Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pola komunikasi dan digital marketing terhadap kinerja karyawan UKM di Makassar melalui kerjasama tim.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.20312596
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.052
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.645
Asymp. Sig. (2-tailed)		.800

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov – Smirnov* yang terdapat pada tabel 6, dapat diketahui bahwa variabel pola komunikasi dan digital marketing terhadap kerjasama tim memiliki besar nilai Asymp sig (2-tailed) sebesar 0.800 > 0.05, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45327060
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.628
Asymp. Sig. (2-tailed)		.825

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *Kolmogorov – Smirnov* yang terdapat pada tabel 7, dapat diketahui bahwa variabel pola komunikasi, digital marketing dan kerjasama tim terhadap peningkatan kinerja karyawan memiliki besar nilai Asymp sig (2-

tailed) sebesar $0.825 > 0.05$, hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas Pola Komunikasi dan Digital Marketing Terhadap Kerjasama (Sub Struktur Pertama)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.486	1.358		1.831	.071		
Pola Komunikasi (X1)	.139	.060	.203	2.316	.023	.826	1.210
Digital Marketing (X2)	.457	.072	.556	6.352	.000	.826	1.210

a. Dependent variable: Kerjasama Tim (Z1)

Sumber: Hasil Olah Data Spss, 2023

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa model regresi pada sub struktur pertama tidak mengalami gejala multikolinearitas dimana nilai tolerance masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0.10 dan untuk hasil perhitungan VIF menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10.

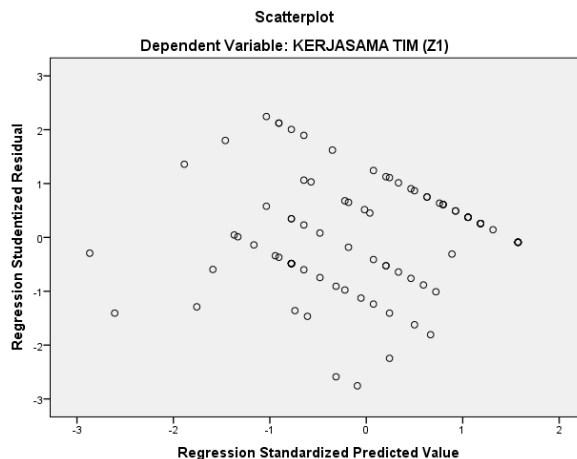
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas Pola Komunikasi, Digital Marketing dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan (Sub Struktur Kedua)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.536	1.681		3.294	.001		
Pola Komunikasi (X1)	.178	0.75	.198	2.365	.020	.779	1.284
Digital Marketing (X2)	.467	.106	.435	4.425	.000	.567	1.765
Kerjasama Tim (Z1)	.302	.130	.232	2.335	.022	.556	1.797

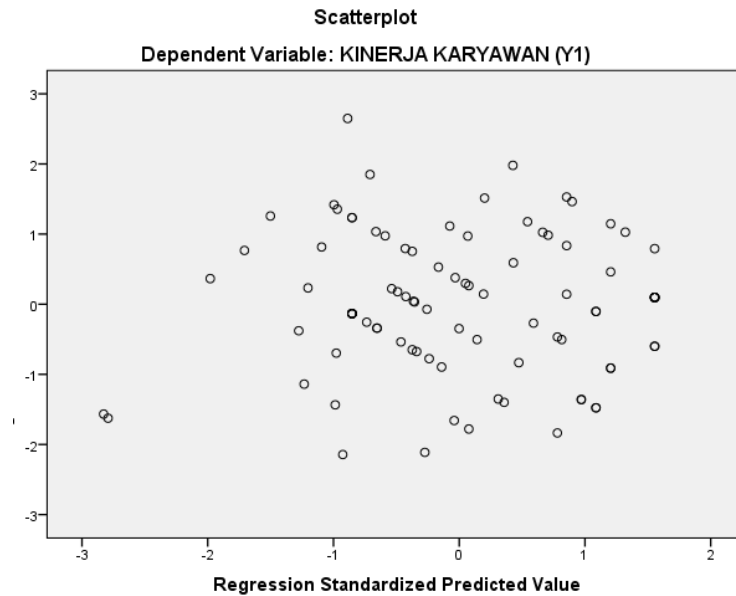
a. Dependent variable: Kinerja Karyawan (Y1)

Sumber: Hasil Olah Data Spss, 2023

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa model regresi pada sub struktur kedua tidak mengalami gejala multikolinearitas dimana nilai tolerance masing-masing variabel adalah lebih besar dari 0.10 dan untuk hasil perhitungan VIF menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing yaitu lebih kecil dari 10.



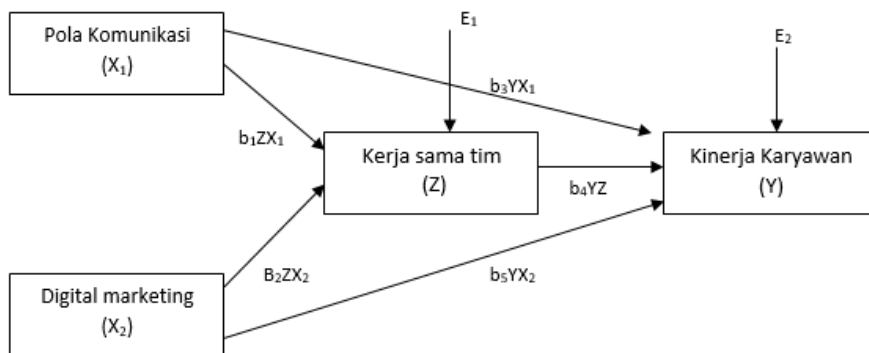
Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Sub Struktur Pertama)



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Sub Struktur Kedua)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 5.2 dan gambar 5.3 dengan menggunakan grafik scatter plot dapat diketahui bahwa titik-titik data penyebaran di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali serta penyebaran titik-titik tidak berpola. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresinya ideal dan terpenuhi.

Berikut pemodelan dan penggambaran asumsi analisis koefisien jalur. Pemodelan tersebut juga dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan struktural sehingga membentuk sistem persamaan



Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Gambar 4. Analisis Model Koefisien Jalur

Hasil pengujian regresi dengan menggunakan program SPSS 22, maka didapatkan koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji *Path Analysis* (Sub Struktur Pertama)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.486	1.358		1.831	.071
Pola Komunikasi (X1)	.139	.060	.203	2.316	.023
Digital Marketing (X2)	.457	.072	.556	6.352	.000

a. Dependent variable Kerjasama Tim (Y1)

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2023

Tabel 11. Hasil Uji *Path Analysis* (Sub Struktur Kedua)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.536	1.681		3.294	.001
Pola Komunikasi (X1)	.178	0.75	.198	2.365	.020
Digital Marketing (X2)	.467	.106	.435	4.425	.000
Kerjasama Tim (Z1)	.302	.130	.232	2.335	.022

a. Dependent variable: Kinerja Karyawan (Z1)

Sumber: Hasil olah data, 2023

Berdasarkan tabel 10 dan tabel 11, pada persamaan model regresi pertama dan kedua terlihat bahwa pada masing-masing variable di tiap persamaan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0.05. Sehingga pada sub struktur pertama dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi (X1) dan digital marketing (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kerjasama tim (Y). Sedangkan pada sub struktur kedua dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi (X1), digital marketing (X2) dan kerjasama tim (Y) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan (Z).

Berikut hasil uji koefisien determinasi (R²) pada sub struktur pertama serta signifikansinya yang diuji melalui SPSS 22 yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Sub Struktur Pertama)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666a	.444	.431	1.21672

a. Predictors: (Constant), Pola Komunikasi (X1), Digital Marketing (X2)

b. Dependent variable: Kerjasama Tim (Z1)

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Sub Struktur Kedua)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723a	.523	.507	147.811

- a. Predictors: (Constant), Pola Komunikasi (X1), Digital Marketing (X2), Kerjasama Tim (Z1)
 b. Dependent variable: Kinerja Karyawan (Y1)

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 12 (sub struktur pertama) dapat dilihat bahwa besarnya R Square pada tabel tersebut adalah 0.444. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pola komunikasi (X1) dan digital marketing (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah sebesar 44.4%, sementara sisanya 55.6% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Sedangkan berdasarkan tabel 13 (sub struktur kedua) dapat dilihat bahwa besarnya R Square pada tabel tersebut adalah 0.523. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pola komunikasi (X1), digital marketing (X2) dan kerjasama tim (Z) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah sebesar 52.3%, sementara sisanya 47.7% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen terkait, berikut hasil uji F.

Tabel 14. Hasil Uji F (Secara Simultan – Sub Struktur Pertama)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103.856	2	51.928	35.077	.000 ^b
	Residual	130.276	88	1.480		
	Total	234.132	90			

- a. Dependent Variable: KERJASAMA TIM (Z1)
 b. Predictors: (Constant), DIGITAL MARKETING (X2), POLA KOMUNIKASI (X1)

Tabel 15. Hasil Uji F (Secara Simultan – Sub Struktur Kedua)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.668	3	69.556	31.836	.000 ^b
	Residual	190.080	87	2.185		
	Total	398.747	90			

- a. Dependent Variable: KINERJA KARYAWAN (Y1)
 b. Predictors: (Constant), KERJASAMA TIM (Z1), POLA KOMUNIKASI (X1), DIGITAL MARKETING (X2)

Hasil output regresi sebagaimana pada tabel 14 dapat dijelaskan bahwa secara serempak variable pola komunikasi dan digital marketing berpengaruh signifikan secara serempak terhadap kerja sama tim UKM di Makassar. Hal ini ditandai dengan membandingkan antara $F_{hitung} (35.077) > F_{tabel} (2.709)$ dan signifikansi $0,000 < 5\%$, sehingga nilai koefisien regresi predictor signifikan dan model layak.

Begitupun pada hasil output regresi pada tabel 15 sub struktur kedua, yang juga secara serempak pada variabel pola komunikasi, digital marketing dan kerjasama tim berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan UKM Makassar. Dengan membandingkan antara $F_{hitung} (31.836) > F_{tabel} (2.709)$ dan signifikan $0.000 < 5\%$ sehingga nilai koefisien regresi predictor signifikan dan model layak. Berikut hasil uji t melalui Spss 22 yang disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 16. Hasil Uji T (Secara Parsial – Sub Struktur Pertama)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.486	1.358		1.831	.071
Pola Komunikasi (X1)	.139	.060	.203	2.316	.023
Digital Marketing (X2)	.457	.072	.556	6.352	.000

a. Dependent variable: Kerjasama Tim (Z1)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 5.20 (sub struktur pertama), dapat dilihat bahwa pada variabel pola komunikasi (X1) dan digital marketing (X2) masing-masing memiliki nilai t hitung $> t_{tabel} (1.662)$ dan juga nilai signifikan yang < 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dan digital marketing memiliki pengaruh langsung terhadap kerjasama tim, yang mana setiap pola komunikasi dan digital marketing yang baik, maka akan meningkatkan kenaikan kerjasama tim.

Tabel 17. Hasil Uji T (Secara Parsial – Sub Struktur Kedua)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.536	1.681		3.294	.001
Pola Komunikasi (X1)	.178	0.75	.198	2.365	.020
Digital Marketing (X2)	.467	.106	.435	4.425	.000
Kerjasama Tim (Z1)	.302	.130	.232	2.335	.022

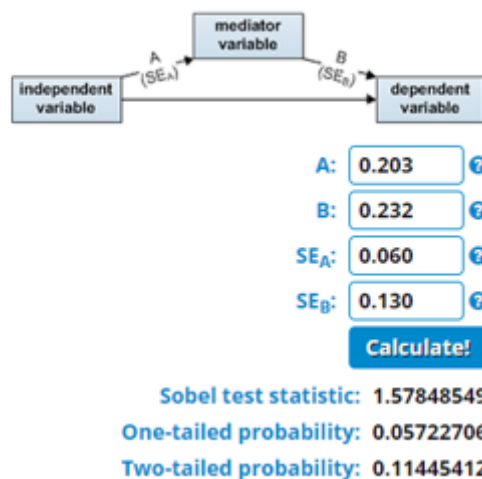
a. Dependent variable: Kinerja karyawan (Y1)

Berdasarkan tabel 17 (sub struktur kedua), dapat dijelaskan bahwa pengujian dilakukan untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan nilai koefisien regresi. Diperoleh perbandingan $t_{hitung} (2.365) > t_{tabel} (1.662)$ atau nilai signifikansi $(0,020) < \alpha (5\%)$, maka H_0 ditolak berarti nilai koefisien regresi predictor pola komunikasi berpengaruh langsung

terhadap Kinerja Karyawan. Besarnya pengaruh pola komunikasi terhadap Kinerja Karyawan dilihat pada *standardized coefficient* (beta) sebesar 0.198 atau 19.8% artinya setiap pola komunikasi pegawai yang baik, maka akan meningkatkan kenaikan Kinerja Karyawan pegawai sebanyak 0.198.

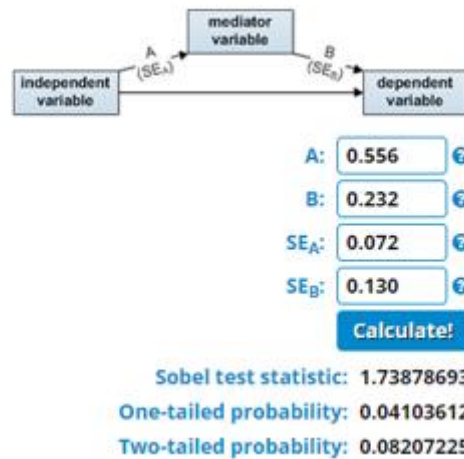
Diperoleh perbandingan $t_{hitung} (2.335) > t_{tabel} (1.664)$ atau nilai signifikansi $(0,022) < \alpha (5\%)$, maka H_0 ditolak berarti nilai koefisien regresi predictor kerja sama tim berpengaruh langsung terhadap Kinerja Karyawan. Besarnya pengaruh kerjasama tim terhadap Kinerja Karyawan dilihat pada *standardized coefficient* (beta) sebesar 0.232 atau 23,2% artinya setiap peningkatan kerja sama tim, maka akan meningkatkan kenaikan Kinerja Karyawan pegawai sebanyak 0,232.

Diperoleh perbandingan $t_{hitung} = 4.425 > t_{tabel} = 1.662$ atau nilai signifikansi $= 0,000 < \alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak berarti nilai koefisien regresi predictor digital marketing langsung berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Besarnya pengaruh digital marketing terhadap Kinerja Karyawan dilihat pada *standardized coefficient* (beta) sebesar 0,435 atau 43,5% artinya digital marketing pegawai yang baik dan nyaman, maka akan meningkatkan kenaikan Kinerja Karyawan pegawai sebanyak 0,435.



Gambar 5. Hasil Uji Sobel Kerjasama Tim Dalam Memediasi Pola Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan (Sub Struktur Pertama)

Hasil sobel tes pada pengaruh kerjasama tim dalam memediasi pola komunikasi terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar, diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0.05, sehingga bisa diambil kesimpulan H_0 diterima karena hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Pola Komunikasi (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) melalui Kerjasama tim (Z) mempunyai pengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kerjasama Tim (Z) bisa menjadi variabel mediator antara pola komunikasi (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y).



Gambar 6. Hasil Uji Sobel Kerjasama Tim Dalam Memediasi Digital Marketing Terhadap Kinerja Karyawan (Sub Struktur Kedua)

Hasil Sobel test pengaruh Kerjasama Tim dalam memediasi Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.04, sehingga bisa disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi Kerjasama Tim antara Digital Marketing terhadap Kinerja Karyawan sehingga H7 diterima. Karena hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Digital Marketing (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) melalui Kerjasama tim (Z) mempunyai pengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kerjasama Tim (Z) bisa menjadi variabel mediator antara Digital Marketing (X1) terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan (Y).

Pembahasan

Variabel pola komunikasi memiliki pengaruh langsung terhadap variabel peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar. Hal ini menandakan bahwa semakin baik bentuk pola komunikasi, maka dampak positifpun akan semakin meluas bagi karyawan yang nantinya dapat mempengaruhi kinerja masing-masing karyawan UKM Makassar dan begitupun sebaliknya, jika pola komunikasi kurang baik maka kinerja karyawanpun kurang baik. Sehingga dalam suatu perusahaan, pentingnya menjaga komunikasi, baik itu antar karyawan ataupun karyawan terhadap pimpinan.

Nilai koefisien regresi predictor digital marketing langsung berpengaruh terhadap kinerja karyawan UKM di Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa jika digital marketing dimanfaatkan secara optimal, bukan hanya kinerja karyawan yang akan meningkat tetapi pendapatan juga akan meningkat. pola komunikasi berpengaruh langsung terhadap kerjasama tim. Semakin baik komunikasi yang dilakukan maka dampak positifpun akan semakin meluas bagi karyawan yang nantinya bisa mempengaruhi kinerja setiap karyawan.

Nilai koefisien regresi predictor digital marketing berpengaruh langsung terhadap kerjasama tim. Dengan adanya digital marketing membuat proses transaksi semakin mudah yang akhirnya berdampak kepada seluruh aktivitas kegiatan bisnis dan berpengaruh terhadap peningkatan kerjasama serta pendapatan pelaku UMKM.

Koefisien regresi predictor kerjasama tim berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan dapat dilakukan dengan perbaikan

kerjasama tim yang baik dan efektif, seperti meningkatkan antusiasme dan memperbaiki hubungan antar kelompok.

Dengan adanya pengembangan pola komunikasi untuk menyamakan tujuan demi peningkatan kinerja karyawan, maka kerjasama pun perlu ditingkatkan, karena kerjasama merupakan kunci yang dapat menyatukan seluruh unsur yang ada dalam organisasi. Di era sekarang ini, UMKM memiliki peluang untuk meng-eksplorate keunggulannya itu sendiri. Peluang tersebut yaitu menerapkan digital marketing demi peningkatan kinerja karyawan dan membangun kerjasama dengan berbagai pihak.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pola komunikasi dan digital marketing terhadap peningkatan kinerja UKM di Makassar melalui kerjasama tim. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh pola komunikasi dan digital marketing menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar. Selanjutnya, kerjasama tim memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan UKM di Makassar.

Rekomendasi atau saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan para pelaku UKM dapat menerima perubahan teknologi informasi yang begitu cepat dengan tujuan untuk mudah mendapatkan akses informasi bisnis yang berguna bagi usahanya. Bagi penelitian selanjutnya, responden sekiranya terdiri dari berbagai kriteria yang lebih beragam dan jumlah lebih banyak sehingga lebih terlihat perbandingannya dan mudah untuk menganalisis secara lebih sistematis. Pemerintah terkait diharapkan mampu mendukung dan memfasilitasi para pelaku UKM untuk mencapai tujuan pengembangan usaha.

6. Daftar Pustaka

- Bahri, A., Mulbar, U., Suliana, A. (2019). Kajian Pemberdayaan UMKM Kota Makassar Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku Usaha. *In Jurnal Inovasi dan Pelayanan Publik Makassar* (Vol. 1, Issue 1).
- Daga, R. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk tabunganku terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank sulsebar kantor cabang belopa. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 16(1).
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Kinerja (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Lawasi, E. S., Triatmanto, B., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Malang, M. (2017). Pengaruh Komunikasi, Motivasi Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(1), 1–11.
- Lewa, I. I. I. K., & Subowo. (2005). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Fisik Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Pertamina (Persero) Daera Operasi Hulu Jawa Bagian Barat, Cirebon.
- Manuhung, S. (2023). Pengaruh Beban Kerja dan Konflik Kerja terhadap Stres Kerja Pegawai Desa pada Kantor Desa Tanjong Kabupaten Luwu. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Terapan*, 1(1), 31-37.

- Padli. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Ambon. *Jurnal: Hipotesa*, 16(2).
- Salsabila, Y. Z. R. (2022). Pola Komunikasi Organisasi Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Oku Timur Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal 11*, (1).
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*.
- Suranto. (2010). *Kemampuan Interspersonal*. Yogyakarta Graha Ilmu.
- Susanti, Widyani, A. A. D., & Utami, N. M. S. U. (2021). Pengaruh Keterlibatan Kerja Karyawan, Loyalitas Kerja Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan CV. Sanitary Bali Pinangasia. *Jurnal Emas*, 2(2), 1–11.