

**PENGARUH PENDIDIKAN, INOVASI, KUALITAS PRODUK,
MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
PRODUK USAHA MIKRO, KECILDAN MENENGAH
(UMKM) DI KOTA PONTIANAK**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana



WELLA ARLINA PUTRI

NIM B1012181046

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2023**

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	: Wella Arlina Putri
NIM	: B1012181046
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	: pengaruh pendidikan, inovasi, kualitas produk media sosial terhadap peningkatan penjualan produk usaha mikro ,kecil dan menengah (UMKM) di kota pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir). Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 26 Juni 2023



Wella Arlina Putri
B1012181046

*pilih salah satu

PERTANGGUNG JAWABAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wella Arlina Putri
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tanggal Ujian : 8 Februari 2023
Judul proposal / TA

“PENGARUH PENDIDIKAN, INOVASI, KUALITAS PRODUK MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK USAHA MIKRO ,KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PONTIANAK”

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 26 Juni 2023



Wella Arlina Putri
B1012181046

LEMBAR YURIDIS

Pengaruh pendidikan, inovasi, kualitas produk, media social terhadap
peningkatan penjualan produk usaha mikro, kecil dan menengah
(UMKM) di kota pontianak

Penanggung Jawab Yuridis



Wella Arlina Putri
NIM.B1012181046

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 8 februari 2023

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1	Pembimbing TA	Yanto, SE, M.Sc	22-02-2023	
		NIP.197706152003121004		
2	Ketua Penguji	Dr. Afrizal, SE, M.Si	22-02-2023	
		NIP. 195910051988101001		
3	Anggota Penguji	Eko Supriyanto, SE, ME	22-02-2023	
		NIP.199101212019031013		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak,
Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan



Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D.
NIP 196912011994032004

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat dan karunia-Nya saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir (TA) ini yang berjudul **“Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk, Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak ”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Pontianak.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini saya dapat menyelesaikan dengan bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan berikut ini:

1. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura
2. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Ibu Dr. Sri Kurniawati, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak
4. Ibu Dr. Erni Panca Kurniasih, S.E., M.si selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Bapak Dr. Jumhur, S.E., M.Si selaku Ketua PPAPK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak Yanto, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan bimbingan serta telah memberikan banyak saran yang membantu dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Dr. Afrizal, S.E., M.Si selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Eko Supriyanto, S.E., M.E selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama masa studi.
10. Bapak dan Ibu Staf Akademik, Staf Tata Usaha, Staf Perpustakaan dan seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membantu penulisan selama masa studi.
11. Kedua orang tua dan keluarga penulis, Bapak Laimena Arianto dan Ibu Yuliana, dan Abang Wendi Suganda yang telah memberikan dukungan baik materil maupun doa, perhatian dan dorongannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
12. Suami penulis Diki Apriansyah yang telah menemani dan memberikan bantuan kepada penulis selama masa studi.

13. Kucing-kucing penulis Abul, Songkang, Edi, Joni, Jiso dan Topeng yang memberikan hiburan selama penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, terutama teman-teman kelas IESP Kelas Sore Velia Safira, Putri Mawar Melati, Enny Yolanda, Putri Charunisas dll yang tidak dapat penulis tuliskan disini, terima kasih telah menjadi teman kelas yang menyenangkan, banyak membantu dan memberikan motivasi selama masa kuliah.
15. Sahabat-sahabat penulis Dewi Marni dan Aulia Arafah yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi kepada penulis.
16. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembuatan Tugas Akhir hingga selesai ini.

Dengan penuh kesabaran dan terutama pertolongan dari Allah SWT akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Semoga ini dapat bermanfaat bagi siapa saja khususnya bagi penulis, para mahasiswa dan semua yang membaca mudah-mudahan dapat memberikan wawasan yang lebih luas.

Penulis menyadari bahwa dalam menulis tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar dapat menyempurnakan tugas akhir ini.

Pontianak, 26 Juni 2023

Penulis,



Wella Arlina Putri

NIM. B1012181046

**Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk, Media Sosial Terhadap
Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah
(UMKM) Di Kota Pontianak**

**Oleh:
Wella Arlina Putri
Ekonomi pembangunan**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendidikan, inovasi, kualitas produk, media sosial terhadap peningkatan penjualan produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kota Pontianak. Bentuk penelitian ini adalah menggunakan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuisisioner dan wawancara yang bersumber dari pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Pontianak. Sampel menggunakan sampling purposif. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Pontianak sebanyak 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Pendidikan sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pendidikan berpengaruh terhadap Penjualan. Kedua hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Inovasi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh terhadap Penjualan. Ketiga hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas Kualitas produk sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Penjualan. Keempat hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Media sosial sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Media sosial berpengaruh signifikan terhadap Penjualan.

Kata Kunci : Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk, Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan

**The Effect of Education, Innovation, Product Quality, Social Media on
Increasing Sales of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)
Products in Pontianak City**

**Oleh:
Wella Arlina Putri
Ekonomi pembangunan**

ABSTRAK

This study aims to analyze education, innovation, product quality, social media on increasing sales of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products in Pontianak City. The form of this research is to use descriptive. Data collection uses primary data in the form of questionnaires and interviews originating from micro, small and medium enterprises in Pontianak City. The sample uses purposive sampling. The sample in this study were 100 micro, small and medium enterprises in Pontianak City. The results of this study indicate that the first statistical test results show a probability value of Education of 0.019 which is less than 0.05 (probability <0.05) so that H_0 is rejected and H_a is accepted. So it can be concluded that education has an effect on sales. Both statistical test results show an innovation probability value of 0.001 which is less than 0.05 (probability <0.05) so that H_0 is accepted and H_a is rejected. So it can be concluded that innovation affects sales. The three test results show a probability value of product quality of 0.000, less than 0.05 (probability <0.05) so that H_0 is rejected and H_a is accepted. Product quality has a significant effect on sales. The four statistical test results show a social media probability value of 0.001 which is less than 0.05 (probability <0.05) so that H_0 is rejected and H_a is accepted. Based on the test results, it can be concluded that social media has a significant effect on sales.

Kata Kunci : Education, Innovation, Product Quality, Social Media To Increase Sales

RINGKASAN TUGAS AKHIR

Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk, Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak

1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, karena hampir sebagian besar saat ini di dominasi oleh usaha berskala mikro, kecil dan menengah. Menurut Akhmad (2015) hadirnya UMKM memberikan dampak positif bagi bangsa dan negara yaitu (1) Menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja dan dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan, (2) memberikan kontribusi bagi peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi, dan (3) ikut serta dalam peningkatan ekspor dan berpotensi memperluas ekspor dan investasi. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dan sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir (Kemenperin, 2020).

Namun di sisi lain selain telah terjadinya persaingan yang kurang sehat dalam struktur pasar dimana industri kecil mengalami kesulitan dalam melakukan kerjasama untuk menjual produknya, artinya telah terjadi persaingan persaingan monopolistik. Dalam pasar persaingan monopolistik terdapat produk substitusi, sehingga setiap keputusan yang diambil oleh produsen dapat memberikan keuntungan bagi satu perusahaan yang akan diikuti oleh perusahaan lainnya. Persaingan Monopolistik, pasar ini merupakan gabungan dari pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna. Pasar ini memiliki tipe familiar atau sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari, karena bentuk pasar yang masih murni (Rizkyanti, 2010). Oleh

karena itu penulis melakukan penelitian yang berkaitan faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan produk UMKM sektor industri pengolahan makanan. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah Kota Pontianak sehingga penulis akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak.

2. Permasalahan

1. Apakah pendidikan berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
4. Apakah media sosial berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendidikan terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak

4. Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kota Pontianak dengan objek penelitian yaitu pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Pontianak. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data eksternal yang di peroleh dari pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Pontianak yang menjadi

responden penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS 16.

5. Hasil dan Pembahasan

1. Pendidikan Terhadap Penjualan

Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Pendidikan sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pendidikan berpengaruh terhadap Penjualan. Pendidikan juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kemampuan seorang manajerial yang baik yang dapat menghasilkan sumber data manusia yang berkualitas, menciptakan pekerja dengan Pendidikan yang baik dan terampil, dan yang dibutuhkan pelaku UMKM agar mampu menjalankan usahakan dengan efektif dan efisien. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Caro dan Garcia (2006) dan Gonzalez et. al. (2006) yang menyatakan bahwa Pendidik berpengaruh terhadap Penjualan.

2. Inovasi Terhadap Penjualan

Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Inovasi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh terhadap Penjualan. Menurut Purba (2009:211) mengemukakan secara detail tentang ciri-ciri manusia yang berperilaku inovatif berdasarkan penelitiannya yang mengemukakan ada 11 aspek yang menjadi tanda manusia yang berperilaku inovatif modern, yaitu: bersikap terbuka terhadap inovasi, mempunyai persepsi positif terhadap potensi inovasi, menghargai kreatifitas inovasi seseorang, selalu siap menghadapi perubahan sosial, berpandangan yang luas, memiliki dorongan ingin tahu yang kuat, berorientasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang dari pada masa yang lampau, berorientasi dan percaya pada perencanaan, lebih percaya pada hasil perhitungan manusia dan pemikiran manusia dari pada takdir atau pembawaan, menghargai keterampilan manusia seutuhnya dan menyadari sepenuhnya dampak

keputusan yang dibuatnya. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen et. al. (2005) dan Kim dan Smith (2006) yang menyatakan bahwa Inovasi berpengaruh terhadap Penjualan.

3. Kualitas produk Terhadap Penjualan

Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas Kualitas produk sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Penjualan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Penjualan. Selain itu kualitas merupakan salah satu yang sangat mempengaruhi sebuah produk yang dibutuhkan kinerja untuk meningkatkan kualitas guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas sangat penting bagi pertumbuhan produk di pasaran dan pertumbuhan produk juga akan menentukan tingkat atau peningkatan pendapatan sesuai dengan tujuan usaha yaitu mendapatkan nilai laba yang tinggi. Peningkatan kualitas produk melalui Pendidikan yang baik dan adanya pelatihan, serta keterampilan dan mengikuti perkembangan juga selera konsumen. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gonzalez (2006) dan Kim dan Smith (2006) yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap Penjualan.

4. Media sosial Terhadap Penjualan

Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Media sosial sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Media sosial berpengaruh signifikan terhadap Penjualan. Penggunaan media sosial mampu memfasilitasi konsumen untuk mengetahui informasi terhadap produk yang dijual oleh pelaku usaha, melalui pemanfaatan teknologi dengan sarana media sosial memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha. Apabila dikaji dari resiko dan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan produk-produknya dengan media sosial itu relatif lebih ringan dan terjangkau (Mursito, 2020). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim dan Smith (2006) dan Gonzalez (2006) yang

menyatakan bahwa Media sosial berpengaruh terhadap Penjualan.

6. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

1. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Pendidikan sebesar 0,019 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pendidikan berpengaruh terhadap Penjualan.
2. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Inovasi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh terhadap Penjualan.
3. Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas Kualitas produk sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Penjualan.
4. Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai probabilitas Media sosial sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (probabilitas $< 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa Media sosial berpengaruh signifikan terhadap Penjualan.

Saran

1. Objek penelitian yang diteliti hanya pada sebagian pengguna bidang kuliner yang menjadi responden, tidak mencakup keseluruhan pengguna bidang kuliner, sehingga kemungkinan membuat hasil penelitian ini belum maksimal menggambarkan secara detail tentang pengaruh pendidikan dan inovasi, kualitas produk dan media sosial terhadap penjualan produk UMKM.
2. Penelitian yang dilakukan hanya melihat keterkaitan antar variabel tidak di jelaskan secara detail untuk dapat mengimplementasikan hasil penelitian

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
RINGKASAN TUGAS AKHIR.....	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	ix
BABI PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.2.1. Pernyataan Masalah	5
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kontribusi Penelitian.....	6
1.4.1. Kontribusi Teoritis.....	6
1.4.2. Kontribusi Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Struktur	7
2.1.2 Struktur Perekonomian	8
2.1.3 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	11
2.1.4 Pendidikan.....	14
2.1.5 Inovasi.....	16
2.1.6 Kualitas Produk	17
2.1.7 Media Sosial.....	19
2.1.8 Tingkat Penjualan.....	20
2.2 Kajian Empiris	21
2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2.2 Kerangka Konsep	24
2.2.3 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Bentuk Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Data Penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.5 Variabel Penelitian	28
3.6 Teknik Analisis	33
3.7 Pengujian Hipotesis.....	27

	Halaman
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.1.4 Pengujian Uji Asumsi klasik.....	49
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2 Pembahasan	53
4.2.1 Pendidikan Terhadap Penjualan	53
4.2.2 Inovasi Terhadap Penjualan	54
4.2.3 Kualitas produk Terhadap Penjualan.....	54
4.2.4 Media sosial Terhadap Penjualan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kalimantan Barat Tahun 2020.....	3
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item Kuisisioner Penelitian.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian	41
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pendidikan	42
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pendidikan	42
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	45
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Media Sosial	46
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Penjualan	48
Tabel 4.13 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	50
Tabel 4.14 Linearity Test	51
Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Regresi	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep	25

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian merupakan salah satu sektor yang paling penting di suatu negara, perekonomian juga merupakan salah satu tolak ukur pemerintah untuk membuat suatu kebijakan yang berguna untuk mencapai kemakmuran rakyat. Peranan UMKM adalah sebagai salah satu media dalam proses pemulihan ekonomi nasional baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Perkembangan sektor UMKM yang demikian pesat memperlihatkan bahwa terdapat potensi yang besar jika hal ini dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik yang tentunya akan dapat mewujudkan usaha menengah yang tangguh. Salah satunya adalah dengan mengetahui pangsa pasar produk untuk sektor UMKM, artinya dengan memperhatikan pangsa pasar produk memberikan kemudahan bagi sektor UMKM dalam memasarkan produknya. Namun kenyataan yang terjadi adalah produk UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, hal ini dikarenakan persaingan dengan produk kemasan pabrik yang lebih banyak dijual di pasar modern dan tradisional. Dengan demikian menandakan telah terjadinya monopoli pasar yang dilakukan oleh produsen besar.

Menurut (Rizkyanti, 2010) struktur pasar dalam perekonomian adalah adalah suatu keadaan pasar yang dapat memberikan informasi tentang aspek-aspek yang mempunyai dampak penting terhadap perilaku usaha dan kinerja pasar. Dengan mengetahui struktur pasar, maka akan dapat mengelompokkan suatu bentuk pasar apakah mendekati pasar monopoli, persaingan sempurna, persaingan monopolistik atau persaingan oligopoli. Pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam sistem perekonomian. Ekonomi kapitalis menghendaki pasar bebas untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi, mulai dari produksi, konsumsi sampai distribusi. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang memengaruhi sifat persaingan. Struktur pasar biasanya dinyatakan dalam ukuran

distribusi perusahaan pesaing. Elemen struktur pasar adalah pangsa pasar, konsentrasi dan hambatan (Jaya, 2008).

Namun di sisi lain selain telah terjadinya persaingan yang kurang sehat dalam struktur pasar dimana industri kecil mengalami kesulitan dalam melakukan kerjasama untuk menjual produknya, artinya telah terjadi persaingan persaingan monopolistik. Dalam pasar persaingan monopolistik terdapat produk substitusi, sehingga setiap keputusan yang diambil oleh produsen dapat memberikan keuntungan bagi satu perusahaan yang akan diikuti oleh perusahaan lainnya. Persaingan Monopolistik, pasar ini merupakan gabungan dari pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna. Pasar ini memiliki tipe familiar atau sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari, karena bentuk pasar yang masih murni (Rizkyanti, 2010).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, karena hampir sebagian besar saat ini didominasi oleh usaha berskala mikro, kecil dan menengah. Menurut Akhmad (2015) hadirnya UMKM memberikan dampak positif bagi bangsa dan negara yaitu (1) Menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja dan dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan, (2) memberikan kontribusi bagi peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi, dan (3) ikut serta dalam peningkatan ekspor dan berpotensi memperluas ekspor dan investasi. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dan sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir (Kemenperin, 2020). Penelitian ini memfokuskan pada kegiatan UMKM pada tingkat penjualan UMKM pada sektor industri pengolahan makanan. Alasan pemilihan sektor industri pengolahan makanan, karena meningkatnya permintaan atau konsumsi terhadap sektor industri pengolahan makanan di Kota Pontianak. Berdasarkan data statistik dapat dilihat jumlah UMKM di 14 Kabupaten/Kota di Kalimantan Barat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1.
Jumlah UMKM di Kalimantan Barat Tahun 2020

Kabupaten/Kota	Jumlah Usaha Mikro dan Kecil
Kabupaten Sambas	5 483
Kabupaten Bengkayang	1 433
Kabupaten Landak	1 269
Kabupaten Mempawah	3 053
Kabupaten Sanggau	2 059
Kabupaten Ketapang	2 207
Kabupaten Sintang	1 586
Kabupaten Kapuas Hulu	3 092
Kabupaten Sekadau	3 133
Kabupaten Melawi	2 611
Kabupaten Kayong Utara	2 178
Kabupaten Kubu Raya	8 986
Kota Pontianak	3 062
Kota Singkawang	2 872
Kalimantan Barat	43 024

Sumber : BPS Kalimantan Barat, 2020

Pada Tabel 1.1. dapat diketahui bahwa telah terjadi perkembangan UMKM di Kalimantan Barat, dimana dengan cukup tingginya jumlah pelaku UMKM di 14 Kabupaten/Kota di Kalimantan Barat. Oleh karena itu meningkatkan penjualan produk UMKM salah satunya dengan melakukan pemasaran di pasar digital dengan memanfaatkan media sosial. Perkembangan teknologi dewasa ini berdampak pada persaingan dunia bisnis yang semakin meningkat, baik perusahaan dan pelaku usaha kecil yang bergerak di bidang industri, perdagangan maupun jasa terlebih pada pelaku usaha kecil dan menengah.

Penggunaan teknologi untuk meningkatkan tingakt penjualan produk dilakukan oleh pelaku usaha dalam bentuk penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang dilakukan untuk merebut pangsa pasar. Hal ini dikarenakan sebagai langkah untuk menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, menjadikan pelaku usaha semakin meningkatkan daya saing. Penggunaan teknologi informasi (TI) dapat dijadikan upaya untuk menciptakan bisnis yang efisien dengan cara pertukaran informasi dengan lingkup yang lebih luas serta mudah di akses. Penggunaan media sosial mampu memfasilitasi konsumen untuk mengetahui informasi terhadap produk yang dijual oleh pelaku

usaha, melalui pemanfaatan teknologi dengan sarana media sosial memberikan kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha. Apabila dikaji dari resiko dan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan produk-produknya dengan media sosial itu relatif lebih ringan dan terjangkau (Mursito, 2020).

Selain itu kualitas merupakan salah satu yang sangat mempengaruhi sebuah produk yang dibutuhkan kinerja untuk meningkatkan kualitas guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas sangat penting bagi pertumbuhan produk di pasaran dan pertumbuhan produk juga akan menentukan tingkat atau peningkatan pendapatan sesuai dengan tujuan usaha yaitu mendapatkan nilai laba yang tinggi. peningkatan kualitas produk melalui Pendidikan yang baik dan adanya pelatihan, serta keterampilan dan mengikuti perkembangan juga selera konsumen. Pendidikan adalah pembelajaran Pendidikan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian”. Pada dasarnya pendidikan terjadi di bawah bimbingan orang lain, namun juga memungkinkan secara otodidak. “Setiap pengalaman yang memiliki efek formatif pada cara orang berpikir, merasa, atau tindakan dapat dianggap pendidikan (Muhibbin Syah, 2004).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan menurut Simanjuntak (2001) menjelaskan adanya hubungan antara tingkat pendapatan dengan tingkat pendidikan dengan asumsi semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang, akan semakin juga tingkat produktivitasnya yang akhirnya dapat meningkatkan tingkat pendapatannya. Pendidikan juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kemampuan seorang manajerial yang baik yang dapat menghasilkan sumber data manusia yang berkualitas, menciptakan pekerja dengan Pendidikan yang baik dan terampil, dan yang dibutuhkan pelaku UMKM agar mampu menjalankan usahakan dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian yang berkaitan faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan produk UMKM sektor industri pengolahan makanan. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah Kota Pontianak sehingga penulis akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pernyataan Masalah

Perubahan pasar telah terjadi saat ini khususnya bagi pelaku UMKM bidang kuliner, hal ini dikarenakan adanya persaingan pasar yang kurang sehat antar pelaku industri besar dengan pelaku industri kecil seperti UMKM bidang kuliner. Persaingan ini mengakibatkan munculnya pasar monopolistik yang berdampak pada tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner yang mengalami penurunan dikarenakan sulit untuk bersaing. Oleh karena itu pelaku UMKM bidang kuliner melakukan terobosan dengan memanfaatkan peran teknologi untuk meningkatkan penjualan usaha mereka salah satunya melalui media sosial. Sehingga pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan produk UMKM bidang kuliner. Berdasarkan hal tersebut maka pernyataan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Pendidikan, Inovasi, Kualitas Produk Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Pontianak”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah

5. Apakah pendidikan berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
6. Apakah inovasi berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?
8. Apakah media sosial berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendidikan terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak

1.4 Kontribusi Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas dan sebagai bahan referensi dan masukan pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran pendidikan, inovasi, kualitas produk media sosial berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk UMKM bidang kuliner di Kota Pontianak dan dapat menambah sumber pustaka yang telah ada.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha dan pemerintah selaku pelaku usaha dan pengambil kebijakan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kota Pontianak melalui penjualan produk UMKM bidang kuliner dengan memanfaatkan peran pendidikan, inovasi, kualitas produk media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan..