

Pengaruh Digital Marketing Dan Digital Service Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat)

Dewi Rosita¹⁾, Darius Antoni²⁾, Harun Samsuddin³⁾

Universitas SereLO Lahat

Penulis korespondensi: Dewirosita250782@gmail.com,
hariseno65@gmail.com

Informasi Artikel:

Received: 11 November 2024, Accepted: 29 November 2024, Published: 02 December 2024

Abstract

The research conducted by the author aims to determine and analyze the influence of digital marketing and digital services individually and together on the performance of MSMEs of female entrepreneurs in Sirah Pulau Village, Merapi Timur District, Lahat. The research method used in this study is quantitative, using a questionnaire distributed to respondents. Data quality testing using validity tests, reliability tests, and classical assumption tests with normality test formulas, heteroscedasticity tests, and multicollinearity tests. The analysis used is descriptive analysis and inferential analysis using statistical calculations with multiple regression formulas, partial tests, simultaneous tests and coefficients of determination. The results of the discussion obtained digital marketing has a significant effect on the performance of MSMEs in Women Entrepreneurs in Sirah Pulau Village, Merapi Timur District, Lahat. Digital service has a substantial effect on the performance of MSMEs in Women Entrepreneurs in Sirah Pulau Village, Merapi Timur District, Lahat. Digital marketing and digital services significantly affect the performance of MSMEs in Women Entrepreneurs in Sirah Pulau Village, Merapi Timur District, Lahat.

Keywords: Digital Marketing, Digital Service and MSME Performance

1. Pendahuluan

Dalam keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis, seorang wirausaha juga tidak luput dari resiko persaingan dan kerugian. Dalam rangka mempertahankan sebuah bisnis atau usaha seorang wirausaha harus memutar otak agar menghasilkan *sales performance* atau kinerja penjualan yang optimal. Kinerja atau *performance* ialah hasil kerja yang akan dicapai oleh individu maupun kelompok didalam sebuah organisasi atau perusahaan, sesuai dengan kebijakan dan peran serta tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Digital marketing merupakan alat sebagai perantara komunikasi pemasaran yang saat ini banyak digunakan media sosial dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia modern, salah

Published by:

satunya dengan memanfaatkan media sebagai alat berpromosi. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menangkap peluang dengan sangat baik untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Alat promosi yang membuat mereka dapat mengenalkan produk dan jasa ke berbagai tempat di seluruh Indonesia bahkan ke Internasional. Berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya.

Digital marketing merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. *Digital marketing* di satu sisi, memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen.

Digital service / layanan digital menjadi semakin penting bagi masyarakat karena kehadirannya membuat hidup di dunia semakin mudah dan cepat. Efek positif dari digital service di berbagai bidang antara lain mengurangi biaya manusia untuk melakukan aktivitas, menciptakan penghematan waktu dan meningkatkan efisiensi dan transparansi bagi instansi swasta atau pemerintah.

Digital service / layanan digital adalah proses media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip

dokumen bentuk digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung. Digital service / layanan digital adalah proses pengelolaan dokumen tercetak/printed document menjadi dokumen elektronik.

Pemanfaatan *digital marketing* memberikan harapan baru bagi UMKM untuk bertahan di tengah pandemi dan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi karena era digital memang tidak dapat dihindari. Pengembangan media promosi berbasis online dengan menggandeng layanan pembelian berbasis aplikasi merupakan salah satu *digital service* yang ada pada *marketing*. Perkembangan *digital service* memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Ini tentu memudahkan transaksi di tengah kebijakan masa pandemi yang membatasi interaksi langsung antar pedagang dan pembeli. Media sosial merupakan *digital service* dari *marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan saat ini.

Pemanfaatan media sosial untuk pemasaran online lebih mudah dipelajari daripada pembuatan situs yang memerlukan keahlian khusus. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen.

Dengan adanya penggunaan secara online, pelaku UMKM dan konsumen bisa melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini menjadikan transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, konsumen cukup menekan tombol klik maka konsumen bisa berbelanja dan memilih barang yang sesuai dengan minatnya, hal ini dianggap cepat, nyaman dan praktis. Inilah yang menyebabkan banyaknya pelaku UMKM yang memutuskan untuk menjajal bisnis online untuk dapat memenuhi banyaknya minat konsumen. Lewat kerja sama ini, pemerintah berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia terutama usahawan wanita menuju digital. Dengan kebijakan pemerintah, UMKM memiliki potensi tumbuh dan berkembang, memiliki pasar yang jauh lebih besar mencapai Internasional. Jika tidak ada

dukungan pemangku kebijakan.

Tidak terkecuali UMKM yang ada di Kabupaten Lahat khususnya UMKM usahawan wanita yang ada di Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur. Ada beberapa macam usaha UMKM yang dijalankan oleh usahawan wanita di Desa Sirah pulau tersebut, diantaranya usaha bakso, model dan pempek, kemplang bakar, galon, warung manisan, usaha *laundry*, usaha rumah makan, catering, usaha jamur tiram dan usaha konter pulsa.

**Tabel 1. Jenis Usaha UMKM
Di Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat**

No	Jenis Usaha	Jumlah	Karyawan
1	Bakso	3	5
2	Model dan Pempek	2	3
3	Kemplang bakar	6	2
4	Galon	3	2
5	Warung manisan	16	-
6	Laundry	2	4
7	Rumah makan	2	8
8	Catering	4	6
9	Jamur tiram	1	-
10	Conter pulsa	6	-
Jumlah		45	30

Sumber : UMKM Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat, 2024

Hasil tabel 1. di atas menjelaskan jumlah penggiat UMKM Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Kabupaten Lahat sebanyak 45 orang dan jumlah karyawan sebanyak 30 orang, terdiri dari usaha Bakso berjumlah 3 orang dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang, Model dan pempek berjumlah 2 orang dengan jumlah karyawan sebanyak 3 orang, Kemplang bakar berjumlah 6 orang dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang, Galon berjumlah 3 orang dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang, Warung manisan berjumlah 16 orang, Laundry berjumlah 2 dengan jumlah karyawan sebanyak 4 orang, Rumah makan berjumlah 2 orang dengan jumlah karyawan sebanyak 8 orang, Catreng berjumlah 4 orang dan jumlah karyawan sebanyak 6 orang, Jamur tiram berjumlah 1 orang, Conter pulsa berjumlah 6 orang. Maka suatu hal yang wajar Wirausaha Wanita dalam meningkatkan mengimbangi persaingan mengikuti kemajuan moderen menggunakan digital marketing dan digital service.

Dengan latar belakang yang telah di jabarkan di atas, menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk mengetahui penerapan *digital marketing* dan *service digital* pada UMKM usahawan wanita yang ada di Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat dan seberapa besar pengaruh *digital marketing* dan *service digital* terhadap kinerja UMKM usahawan wanita. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Digital Service* terhadap Kinerja UMKM (Studi pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat)”

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM wirausahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat?
2. Apakah *digital service* berpengaruh terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat?
3. Apakah *digital marketing* dan *digital service* berpengaruh secara bersama-sama

Published by:

terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat?

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital service* terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* dan *digital service* secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat

2. Tinjauan Literatur

2.1. Pengertian Digital Marketing

Digital marketing merupakan kegiatan mempromosikan dan mengenalkan produk kepada calon pembeli atau konsumen melalui media digital yang dilakukan secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial maupun media sosial. *Digital marketing* atau sering disebut pemasaran digital merupakan semua upaya memasarkan melalui perangkat yang terhubung ke internet dengan berbagai strategi dan media digital yang digunakan tujuannya adalah untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan (Wijoyo: 2021:7). *Digital marketing* adalah strategi pemasaran yang menggunakan teknologi informasi yang semakin berkembang (Sari, 2019).

2.2. Pengertian Digital Service

Digital service / layanan digital menjadi semakin penting bagi masyarakat karena kehadirannya membuat hidup di dunia semakin mudah dan cepat. Efek positif dari digital service di berbagai bidang antara lain mengurangi biaya manusia untuk melakukan aktivitas, menciptakan penghematan waktu dan meningkatkan efisiensi dan transparansi bagi instansi swasta atau pemerintah (Viana, 2021).

2.3. Pengertian Kinerja UMKM

Menurut Hendro (2021: 77), kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih individu yang menyesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, yang dikaitkan dengan sebuah ukuran nilai atau standar tertentu pada perusahaan individu tersebut bekerja. Kinerja UMKM merupakan salah satu sasaran terpenting bagi manajemen keuangan yaitu dengan memaksimalkan kemakuran pemilik selain memaksimalkan nilai perusahaan.

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono: 2021: 51). Berdasarkan tinjauan pustaka, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran di atas maka dapat dikemukakan suatu hipotesis sebagai berikut:

Ha.1 = Diduga *digital marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat

Published by:

Ha.2 = Diduga *digital service* berpengaruh terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat

Ha.3 = Diduga *digital marketing* dan *digital service* berpengaruh terhadap kinerja UMKM usahawan wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat

3. Metodologi Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah penggambaran secara jelas tentang hubungan antara variabel antara, pengumpulan data, dan analisis data, sehingga dengan desain yang baik, peneliti maupun orang lain yang berkepentingan mempunyai gambaran tentang bagaimana keterkaitan antar variabel, bagaimana mengukurnya, dan seterusnya. Rancangan penelitian adalah proses untuk memutuskan, di antara isu-isu yang ada terkait dengan bagaimana mengumpulkan data lebih lanjut, menganalisis dan menafsirkannya, dan akhirnya untuk memberikan jawaban atas masalah tersebut.

bebas / *Independent Variabel*, variabel yang dipandang sebagai penyebab kemunculan variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya.

Dalam penelitian ini variabel yang menjadi variabel bebas adalah *digital marketing*

(X_1) dan *digital service* (X_2), sedangkan variabel terikat/dependent yaitu kinerja UMKM

(Y). Variabel dependen disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. (Sugiyono, 2021 : 137).

3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah proses yang dilakukan oleh penulis dalam memperoleh data dengan metode sebagai berikut :

Studi Pustaka (*Library Reseach*)

1. Studi pustaka yaitu dengan membaca dan mempelajari dokumentasi, buku-buku, data kearsipan yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Studi Lapangan (*Field Reseach*)

Studi lapangan merupakan tehnik pengumpulan data secara langsung terhadap objek penelitian, dengan tujuan memperoleh data resmi dan akurat serta relevan dengan masalah yang diteliti dengan cara :

- a. Pengamatan (*Observasi*). Pengamatan ialah penulis mengamati subjek penelitian untuk memperoleh data dan informasi.
- b. Wawancara (*Interview*). Wawancara ini berupa proses percakapan berbentuk tanya jawab langsung bertatap muka dengan informan untuk memperoleh data dan keterangan.
- c. Metode Kuisisioner. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan terhadap variabel – variabel penelitian. Penulis meneliti variabel – variabel tersebut dengan masing masing variabel diberikan skor nilai yaitu : Sangat Setuju (SS) skor nilai 5, Setuju
- d. (S) skor nilai 4, Kurang Setuju (KS) skor nilai 3, Tidak Setuju (TS) skor nilai

2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor nilai 1.

3.3. Teknik Analisis Data

3.3.1. Uji Instrument

Uji Validitas

Uji kualitas data pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui kebasahan suatu data dengan menggunakan perhitungan statistik dan matematik dengan bantuan program SPSS, teknik analisis data dalam penelitian ini dengan rumus – rumus sebagai berikut : **Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian olah data yang menguji valid atau tidaknya suatu data, data dikatakan valid jika memiliki nilai $r > 0,300$ dan jika data yang diolah memiliki nilai $r < 0,300$ maka data yang diolah tersebut tidak valid. Data yang diolah ini adalah data hasil penyebaran kuisioner mengenai variabel – variabel penelitian yang dibagikan oleh penulis kepada sejumlah responden dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian data dengan tujuan untuk menguji reliabel/ terpercaya atau tidaknya suatu data, dengan kriteria jika nilai koefisien (r) $> 0,600$, maka variabel penelitian dikatakan reliabel atau terpercaya dan jika nilai koefisien (r) $< 0,600$ maka data yang diuji tidak reliabel/terpercaya.

3.4. Model Analisis

3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan dengan tujuan untuk menjelaskan kriteria data mengenai tanggapan responden terhadap variabel – variabel penelitian.

3.4.2. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial merupakan analisis dengan tujuan untuk menguraikan kesimpulan hasil dari penelitian dengan menggunakan pengujian hipotesis berikut : **Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri – sendiri. Rumus regresi berganda dalam penelitian ini dengan persamaan yaitu :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat
a = Constanta
X = Variabel – variabel
bebas b= Koefesien Regresi
e = error term (kesalahan)

3.5. Uji Hipotesis

3.5.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat secara sendiri – sendiri.

3.5.2. Koefisien Diterminasi

Analisis koefisien diterminasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama - sama. Analisis koefisien diterminasi dalam penelitian ini dengan rumus dan ketentuan berikut : $KD = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

KD = Koefisien

Diterminasi r^2 = Koefisien

Korelasi

3.5.3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dengan tujuan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya Pengaruh variabel – variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Uji simultan dalam penelitian ini dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % dan tingkat kesalahan sebesar 5 % atau 0,05.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing (X₁) dan Digital Service (X₂) terhadap Kinerja UMKM (Y). Perhitungan persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.853	2.455
	Digital Marketing	.391	.046
	Digital Service	.638	.042

Sumber : Data Olahan tahun 2024

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai persamaan regresi :

$$Y = 1,853 + 0,391 + 0,638.$$

Nilai constanta sebesar 1,853, hal ini berarti jika variabel Digital Marketing (X₁) dan Digital Service (X₂) diabaikan atau di asumsikan Nol maka nilai variabel Kinerja UMKM (Y) sebesar 1,853 satu – satuan.

Hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi variabel Digital Marketing (X₁) sebesar 0,391, hal ini berarti jika variabel Digital Marketing (X₁) ditingkatkan sebesar 0,391 satu – satuan maka akan meningkatkan variabel Kinerja UMKM (Y) sebesar 0,391 satu - satuan. Hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi variabel Digital Service (X₂) sebesar 0,638, hal ini berarti jika variabel Digital Service (X₂) ditingkatkan sebesar 0,638, maka akan meningkatkan variabel Kinerja UMKM (Y) sebesar 0,638 satu - satuan. Koefisien Diterminasi

Koefisien diterminasi bertujuan untuk mengukur berapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel indeviden. Nilai koefisien diterminasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien diterminasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel indevident yang dipakai dalam penelitian ini mampu

Published by:

menjelaskan variabel devendent.

Tabel 3. Koefisien Diterminasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R
1	.815 ^a	.664		.661

a. Predictors: (Constant), Digital Service, Digital Marketing

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber : Data Olahan tahun 2024

Hasil perhitungan di atas menunjukkan nilai koefisien diterminasi sebesar 0,664, hal ini berarti variabel Digital Marketing (X_1) dan Digital Service (X_2) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap variabel Kinerja UMKM (Y) sebesar 66,4 % dan sisanya 33,6 % dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel – variabel lain diluar penelitian penulis.

4.2. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independent terhadap variabel dependent secara sendiri – sendiri, hasil uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4. Uji Parsial (Uji T)

Model	t	Sig.
Marketing	8.576	.000
Digital Service	15.288	.000

Sumber : Data Olahan tahun 2024

Pengujian pengaruh variabel Digital Marketing (X_1) terhadap Kinerja UMKM (Y), diperoleh nilai Sig 0,000 < 0,05 yang berarti variabel Digital Marketing (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja UMKM (Y), maka menolak H_0 dan menerima H_a , jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan variabel Digital Marketing (X_1) terhadap variabel Kinerja UMKM (Y).

Pengujian pengaruh variabel Digital Service (X_2) terhadap Kinerja UMKM (Y) Sig 0,000 < 0,05 yang berarti variabel Digital Service (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja UMKM (Y), maka menolak H_0 dan menerima H_a , jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan variabel Digital Service (X_2) terhadap variabel Kinerja UMKM (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel independent terhadap variabel dependent secara bersama – sama, berikut ini pengujian pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat dengan pengujian secara simultan sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	5000.844	2	2500.422	194.768	.000 ^a
	Residual	2529.076	197	12.838		
	Total	7529.920	199			

a. Predictors: (Constant), Digital Service, Digital Marketing

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber : Data Olahan tahun 2024

Hasil tabel di atas menunjukkan nilai Sig 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel Digital Marketing (X_1), dan Digital Service (X_2), berpengaruh signifikan secara bersama – sama terhadap variabel Kinerja UMKM (Y), jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh yang signifikan secara bersama – sama.

Kesimpulan

Berikut ini dapat diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat
2. Digital service berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat
3. Digital marketing dan digital service berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat

Dari hasil kesimpulan diatas, maka berikut ini ada beberapa saran yang diuraikan oleh penulis yaitu sebagai berikut :

1. Dengan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat, maka hendaknya penggunaan digital marketing ditingkatkan agar kinerja UMKM semakin meningkat
2. Dengan adanya usaha UMKM pada Wirausaha Wanita Desa Sirah Pulau Kecamatan Merapi Timur Lahat dengan menggunakan digital marketing dan digital service maka hendaknya Pemerintah Desa dapat memfasilitasi penggiat usaha UMKM dengan memberikan jaringan internet gratis

Daftar Pustaka

- Hendro. (2021). *Dasar – Dasar Kewirausahaan*. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sari, D. P (2022) “Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Digital Content Marketing Dan Transformasi Digital Pada UMKM Makanan Di Banyumas.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)* 24 No. 4
- Viana. (2020). *Aplikasi SMS Gateway Untuk Absensi Siswa SMK Menggunakan Skala Likert*

Published by:

Di SMK Negeri 1 Nguling. Jurnal Spirit 9 No 1 (2020)

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Published by:

