

ABSTRAK

Muhammad Dadan Ramdani. 82312425001. “Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia, Penggunaan Media Sosial dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng”.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya kinerja pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, yang diduga dipengaruhi oleh belum optimalnya pelaksanaan program pengembangan sumber daya manusia terutama pada aspek pelatihan eksternal yang masih bersifat insidental dan belum terprogram dengan baik, belum optimalnya pemanfaatan media sosial khususnya pada aspek pengelolaan konten dan pemerataan kemampuan karyawan dalam merespons interaksi konsumen secara digital, serta belum memadainya fasilitas kerja terutama pada aspek fasilitas sosial seperti mess dan kantin yang belum tersedia bagi karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh pengembangan sumber daya manusia terhadap kinerja pemasaran; (2) pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja pemasaran; (3) pengaruh fasilitas kerja terhadap kinerja pemasaran; dan (4) pengaruh pengembangan sumber daya manusia, penggunaan media sosial, dan fasilitas kerja secara simultan terhadap kinerja pemasaran pada CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng yang berjumlah 56 orang dan seluruhnya dijadikan sampel penelitian menggunakan teknik sampling jenuh. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, korelasi, serta analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengembangan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan koefisien korelasi sebesar 0,730 (kategori kuat) dan kontribusi sebesar 53,3%, dibuktikan dengan nilai t hitung (7,857) > t tabel (2,004); (2) penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan koefisien korelasi sebesar 0,717 (kategori kuat) dan kontribusi sebesar 51,4%, dibuktikan dengan nilai t hitung (7,562) > t tabel (2,004); (3) fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan koefisien korelasi sebesar 0,682 (kategori kuat) dan kontribusi sebesar 46,5%, dibuktikan dengan nilai t hitung (6,848) > t tabel (2,004); dan (4) pengembangan sumber daya manusia, penggunaan media sosial, dan fasilitas kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan koefisien korelasi berganda sebesar 0,798 (kategori kuat) dan kontribusi sebesar 63,6%, dibuktikan dengan nilai F hitung (30,292) > F tabel (2,758), dengan persamaan regresi $\hat{Y} = 6,130 + 0,374X_1 + 0,223X_2 + 0,187X_3$.

Kata Kunci: Pengembangan Sumber Daya Manusia, Penggunaan Media Sosial, Fasilitas Kerja, Kinerja Pemasaran

ABSTRACT

Muhammad Dadan Ramdani. 82312425001. “The Influence of Human Resource Development, Social Media Usage, and Work Facilities on Marketing Performance at CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng”.

This research is motivated by the suboptimal marketing performance at CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, which is suspected to be influenced by the suboptimal implementation of human resource development programs, particularly regarding external training activities that remain incidental and not well-structured, the suboptimal utilization of social media especially in terms of content management and the uneven capability of employees in responding to digital consumer interactions, as well as inadequate work facilities particularly regarding social facilities such as dormitory and canteen that are not yet available for employees. This study aims to determine and analyze: (1) the effect of human resource development on marketing performance; (2) the effect of social media usage on marketing performance; (3) the effect of work facilities on marketing performance; and (4) the simultaneous effect of human resource development, social media usage, and work facilities on marketing performance at CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng.

This study used a survey research method with a quantitative approach. The study population comprised all 56 employees of CV Makaroni Ikan Tawes Cikoneng, with all of them serving as the research sample using a saturated sampling technique. Data analysis was conducted through validity, reliability, correlation, and multiple linear regression analysis, with hypothesis testing using the t-test and F-test.

The results of the study showed that: (1) human resource development has a positive and significant effect on marketing performance with a correlation coefficient of 0.730 (strong category) and a contribution of 53.3%, evidenced by the calculated t value (7.857) > t table (2.004); (2) social media usage has a positive and significant effect on marketing performance with a correlation coefficient of 0.717 (strong category) and a contribution of 51.4%, evidenced by the calculated t value (7.562) > t table (2.004); (3) work facilities have a positive and significant effect on marketing performance with a correlation coefficient of 0.682 (strong category) and a contribution of 46.5%, evidenced by the calculated t value (6.848) > t table (2.004); and (4) human resource development, social media usage, and work facilities simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance with a multiple correlation coefficient of 0.798 (strong category) and a contribution of 63.6%, evidenced by the calculated F value (30.292) > F table (2.758), with a regression equation of $\hat{Y} = 6.130 + 0.374X_1 + 0.223X_2 + 0.187X_3$.

Keywords: Human Resource Development, Social Media Usage, Work Facilities, Marketing Performance