



PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN UMKM DI KOTA SERANG

Khaeruman^{1*}, Fatari²

^{1,2}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email: khaeruman.oce@gmail.com¹, fatari.binabangsa@gmail.com²

Abstract

This study aims to analyze the role of social media in improving employee performance in MSMEs (UMKM) in Serang City. A qualitative approach with a case study design was used. Data were collected through in-depth interviews and participatory observations involving MSME owners, managers, and employees who utilize social media in their daily work activities. The results show that social media particularly Instagram, WhatsApp, and Facebook play a significant role in accelerating internal communication, enhancing work coordination, and strengthening employee collaboration. Additionally, social media motivates employees to achieve work targets by improving digital literacy and promoting engagement in promotional activities. The study also reveals that adaptive organizational culture and leadership support are crucial for the successful use of social media. Therefore, social media can serve as a strategic tool for human resource management in MSMEs if integrated wisely and supported by the development of employees' digital competencies.

Keywords: Social media, employee performance, MSMEs, digital literacy, internal communication

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pemilik, manajer, dan karyawan UMKM yang memanfaatkan media sosial dalam kegiatan kerja sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, WhatsApp, dan Facebook, memberikan kontribusi signifikan dalam mempercepat arus komunikasi internal, meningkatkan koordinasi kerja, serta memperkuat kolaborasi antarkaryawan. Selain itu, penggunaan media sosial juga memotivasi karyawan dalam mencapai target pekerjaan melalui peningkatan literasi digital dan keterlibatan dalam aktivitas promosi. Penelitian ini juga menemukan bahwa budaya organisasi yang adaptif dan dukungan kepemimpinan memiliki peran penting dalam keberhasilan pemanfaatan media sosial. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat strategis dalam pengelolaan sumber daya manusia UMKM, asalkan diintegrasikan secara bijak dan disertai peningkatan kapasitas digital karyawan.

Kata kunci: Media sosial, kinerja karyawan, UMKM, literasi digital, komunikasi internal

PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek penting dalam pengelolaan organisasi, baik dalam skala besar maupun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks manajemen, pengelolaan SDM tidak hanya sekadar mengatur jumlah tenaga kerja, tetapi juga mencakup bagaimana organisasi mampu meningkatkan kualitas, kapabilitas, serta produktivitas setiap individu di dalamnya. Menurut Ismail dan Rosyadi (2021), manajemen SDM mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya manusia dalam organisasi guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, tuntutan terhadap profesionalisme dan kinerja karyawan semakin tinggi, termasuk di sektor UMKM.

UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional, termasuk di Kota Serang, Provinsi Banten. Sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM yang signifikan, Kota Serang menjadi wadah strategis dalam membangun ekonomi kerakyatan. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Serang tahun 2023, terdapat lebih dari

12.000 pelaku UMKM aktif yang bergerak di berbagai sektor seperti kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan jasa. Keberadaan UMKM ini tentu membutuhkan perhatian serius dari berbagai aspek, terutama dalam hal penguatan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja dan daya saing.

Kinerja karyawan dalam UMKM menjadi aspek krusial yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Kinerja yang optimal akan membawa dampak positif terhadap produktivitas, kualitas layanan, serta keberlangsungan bisnis UMKM itu sendiri. Kinerja karyawan dapat diartikan sebagai hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan, yang dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, serta lingkungan kerja. Menurut Rahayu dan Nugroho (2022), kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti kemampuan dan disiplin, serta faktor eksternal seperti dukungan teknologi dan komunikasi.

Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi dan informasi yang paling dominan. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara orang berinteraksi, termasuk dalam dunia kerja. Media sosial bukan hanya digunakan untuk keperluan pribadi, tetapi juga dimanfaatkan dalam lingkungan kerja sebagai sarana komunikasi, pemasaran, hingga kolaborasi. Media sosial memungkinkan pertukaran informasi yang cepat, efisien, dan dapat diakses kapan saja. Dalam konteks UMKM, media sosial dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk, menjalin komunikasi dengan pelanggan, serta meningkatkan koordinasi antar karyawan.

Di Kota Serang, penggunaan media sosial oleh pelaku UMKM terus mengalami peningkatan. Berdasarkan penelitian oleh Fitriyani dan Setiawan (2023), lebih dari 75% pelaku UMKM di Kota Serang telah menggunakan platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook sebagai media promosi dan komunikasi internal. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan UMKM, termasuk dalam mendukung produktivitas karyawan. Peran media sosial terhadap kinerja karyawan dapat dilihat dari berbagai sisi. *Pertama*, media sosial mampu menjadi alat komunikasi yang cepat dan efektif antar karyawan maupun dengan pihak eksternal. *Kedua*, media sosial dapat digunakan sebagai media berbagi pengetahuan, ide, dan strategi yang dapat meningkatkan kapasitas dan wawasan karyawan. *Ketiga*, media sosial juga dapat menjadi sarana monitoring dan evaluasi tugas, di mana pelaku usaha dapat memberikan instruksi dan mengevaluasi pekerjaan melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Saputra dan Lestari (2020), yang menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial dalam lingkungan kerja dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan kolaborasi tim.

Namun, efektivitas media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut meliputi literasi digital, budaya organisasi, dan dukungan pimpinan. Literasi digital berperan penting karena tidak semua karyawan memiliki kemampuan yang sama dalam menggunakan media sosial secara produktif. Budaya organisasi juga menentukan bagaimana media sosial digunakan dalam konteks kerja, apakah bersifat formal, fleksibel, atau bahkan tidak digunakan sama sekali. Dukungan pimpinan menjadi penting karena karyawan membutuhkan

arahan dan kebijakan yang jelas dalam memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari pekerjaan mereka. Seperti dikemukakan oleh Wahyuni dan Suryanto (2021), keberhasilan implementasi teknologi dalam organisasi sangat bergantung pada kesiapan SDM dan dukungan manajerial.

Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan di Kota Serang karena sebagian besar pelaku UMKM belum sepenuhnya mengoptimalkan peran media sosial dalam mendukung produktivitas karyawan. Beberapa pelaku UMKM hanya memanfaatkan media sosial sebatas untuk promosi produk, tanpa melihat potensi lain dalam peningkatan efisiensi kerja dan pengelolaan SDM. Dengan menggali lebih dalam bagaimana media sosial dapat digunakan secara strategis dalam operasional UMKM, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kinerja karyawan serta penguatan daya saing UMKM di Kota Serang. Perkembangan teknologi digital telah mendorong pelaku UMKM di Kota Serang untuk memanfaatkan media sosial dalam menjalankan aktivitas bisnis. Fenomena yang terlihat adalah semakin banyak UMKM menggunakan platform seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook untuk promosi, komunikasi internal, hingga pelayanan pelanggan.

Permasalahan yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial oleh UMKM di Kota Serang. *Pertama*, belum semua karyawan memiliki literasi digital yang memadai, sehingga penggunaan media sosial sebagai alat kerja sering tidak efektif dan justru menimbulkan kesalahpahaman komunikasi. *Kedua*, banyak pelaku UMKM belum memiliki pedoman atau kebijakan internal yang mengatur secara jelas penggunaan media sosial untuk mendukung aktivitas kerja, sehingga penggunaannya sering tidak terarah dan cenderung bersifat pribadi. *Ketiga*, budaya organisasi yang belum terbiasa dengan digitalisasi membuat penggunaan media sosial masih dianggap sebagai pelengkap, bukan bagian integral dari proses kerja. *Keempat*, minimnya evaluasi dan monitoring terhadap dampak media sosial terhadap kinerja karyawan menyebabkan teknologi ini belum dimanfaatkan secara optimal sebagai instrumen peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kolaborasi di lingkungan kerja UMKM.

Penelitian-penelitian menunjukkan relevansi antara penggunaan media sosial dan peningkatan kinerja karyawan, khususnya dalam sektor UMKM. Penelitian oleh Saputra dan Lestari (2020) mengungkap bahwa media sosial berperan sebagai sarana komunikasi internal yang efektif dalam meningkatkan efisiensi kerja karyawan. Fitriyani dan Setiawan (2023) menemukan bahwa UMKM di Kota Serang yang aktif menggunakan media sosial mengalami peningkatan produktivitas karena komunikasi dan promosi yang lebih terarah. Rahayu dan Nugroho (2022) menekankan bahwa pemanfaatan media sosial yang strategis berdampak signifikan terhadap peningkatan semangat dan kinerja karyawan di sektor UMKM. Sementara itu, penelitian oleh Wahyuni dan Suryanto (2021) menyatakan bahwa dukungan manajemen terhadap penggunaan teknologi digital, termasuk media sosial, sangat mempengaruhi efektivitas kerja tim. Ismail dan Rosyadi (2021) juga menambahkan

bahwa integrasi media sosial ke dalam manajemen sumber daya manusia mampu meningkatkan kolaborasi antar karyawan secara real-time.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat dibuat *research gap* dari penelitian ini yaitu:

Tabel 1 Research Gap Penelitian

| No | Peneliti & Tahun | Fokus Penelitian | Temuan Utama | Keterbatasan / Research Gap |
|----|-----------------------------|---|---|---|
| 1. | Saputra & Lestari (2020) | Media sosial sebagai sarana komunikasi internal pegawai | Media sosial meningkatkan efisiensi komunikasi di lingkungan kerja | Belum fokus pada UMKM dan tidak meneliti kaitan langsung dengan kinerja karyawan secara menyeluruh |
| 2. | Fitriyani & Setiawan (2023) | Penggunaan media sosial oleh UMKM di Kota Serang untuk pemasaran dan promosi | Media sosial berperan penting dalam daya saing dan promosi produk UMKM | Fokus pada aspek promosi dan pemasaran , belum menelaah dampaknya terhadap kinerja karyawan |
| 3. | Rahayu & Nugroho (2022) | Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan di sektor UMKM | Strategi manajemen dan teknologi berdampak positif terhadap kinerja | Belum menyoroti peran spesifik media sosial sebagai salah satu faktor penentu kinerja |
| 4. | Wahyuni & Suryanto (2021) | Budaya organisasi dan dukungan manajemen terhadap teknologi digital di tempat kerja | Budaya organisasi dan dukungan pimpinan mempengaruhi efektivitas penggunaan teknologi digital | Belum mengulas secara khusus media sosial , serta konteks penelitian bukan di sektor UMKM |
| 5. | Ismail & Rosyadi (2021) | Integrasi teknologi digital dalam manajemen SDM | Integrasi teknologi (termasuk media sosial) meningkatkan kolaborasi karyawan | Penelitian masih bersifat umum dan belum mengkaji secara lokal kontekstual di Kota Serang dan sektor UMKM |

Masih terbatasnya penelitian yang secara khusus mengkaji peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM, terutama di konteks lokal seperti Kota Serang, menunjukkan adanya gap penelitian yang signifikan. Banyak studi yang telah ada lebih menekankan pada aspek pemasaran atau komunikasi eksternal melalui media sosial, namun belum banyak yang membahas integrasi media sosial dalam aktivitas kerja internal dan bagaimana hal itu berdampak langsung pada produktivitas karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media sosial dapat dioptimalkan dalam meningkatkan kinerja karyawan, khususnya di sektor UMKM di Kota Serang.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang. Fokus penelitian tidak hanya pada aspek teknis penggunaan media sosial, tetapi juga pada dinamika internal organisasi seperti budaya kerja, literasi digital, dan gaya kepemimpinan yang mempengaruhi efektivitas penggunaan media sosial dalam konteks kerja. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku

UMKM, pemerintah daerah, serta akademisi dalam mengembangkan strategi pengelolaan SDM berbasis teknologi di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Manajemen SDM mencakup pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan organisasi. Salah satu elemen penting dalam manajemen SDM adalah pemanfaatan teknologi untuk mendukung produktivitas karyawan. Media sosial sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi digital dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung kegiatan kolaborasi, berbagi informasi, dan peningkatan produktivitas karyawan. Menurut Hartono dan Prabowo (2021) bahwa, penggunaan teknologi digital, termasuk media sosial, dalam organisasi berperan penting dalam mempercepat komunikasi dan memperkuat hubungan kerja antar karyawan. Selain itu, media sosial dapat meningkatkan koordinasi tim dan mendorong peningkatan kinerja individu dengan memfasilitasi komunikasi yang lebih cepat dan efisien (Widodo & Purnomo, 2022).

Penggunaan Teknologi dalam Organisasi

Penggunaan teknologi dalam organisasi dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja, terutama dalam hal komunikasi, koordinasi, dan manajemen waktu. Dalam konteks UMKM, teknologi seperti media sosial memiliki peran strategis untuk meningkatkan kinerja operasional dan hubungan dengan pelanggan. Media sosial dapat mempercepat alur komunikasi dan memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dalam aktivitas kerja. Menurut Yulianti dan Ramadhani (2023) bahwa, penggunaan media sosial dalam organisasi mempercepat alur komunikasi dan meningkatkan produktivitas karyawan karena memfasilitasi berbagi informasi secara real-time. Selain itu, media sosial memungkinkan organisasi untuk berinteraksi lebih dekat dengan karyawan, yang pada gilirannya meningkatkan semangat kerja dan kinerja mereka (Dosen & Sari, 2021).

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk motivasi, kemampuan, dan alat yang digunakan untuk mendukung pekerjaan mereka. Media sosial, sebagai alat teknologi, dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan memfasilitasi kolaborasi dan berbagi pengetahuan antar individu. Penggunaan media sosial dapat menciptakan lingkungan yang lebih terbuka dan mendukung proses pembelajaran serta inovasi di tempat kerja. Menurut Sihombing dan Prasetyo (2022), media sosial dapat meningkatkan kinerja karyawan dengan menyediakan platform untuk berbagi ide, mempercepat proses komunikasi, dan memperkuat hubungan sosial antar rekan kerja. Sejalan dengan itu, pemanfaatan media sosial yang baik dapat meningkatkan efektivitas tim, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja karyawan dalam organisasi (Pranata & Kusnadi, 2020).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pemahaman mendalam terkait persepsi dan pengalaman individu dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas kerja (Nugraha & Pratama, 2023). Jenis penelitian ini adalah studi kasus yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana media sosial digunakan dalam konteks UMKM di Kota Serang, serta dampaknya terhadap kinerja karyawan UMKM.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa UMKM di Kota Serang yang aktif memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dan promosi. Selama 1 bulan pada Januari 2025, penelitian ini terbagi dalam tiga fase. Minggu pertama akan difokuskan pada penyusunan instrumen penelitian dan persiapan wawancara, minggu kedua hingga ketiga akan digunakan untuk pengumpulan data, dan minggu keempat untuk analisis serta penyusunan laporan hasil penelitian.

Informan Penelitian

Informan penelitian terdiri dari pemilik UMKM, manajer, dan karyawan yang terlibat langsung dalam penggunaan media sosial. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih individu yang memiliki pengalaman dan pengetahuan langsung mengenai penggunaan media sosial dalam pekerjaan mereka.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan melalui dua teknik utama: wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) digunakan untuk menggali informasi secara rinci dan mendalam dari informan yang dipilih, dengan pendekatan semi-terstruktur yang memberi fleksibilitas dalam mengeksplorasi pengalaman dan persepsi informan terkait penggunaan media sosial (Creswell, 2014). Sementara itu, observasi partisipatif dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung di lapangan, untuk mengamati interaksi antara karyawan dan media sosial serta dampaknya terhadap kinerja mereka (Sukmadinata, 2011). Teknik-teknik ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dari wawancara mendalam dan observasi akan dianalisis menggunakan analisis tematik. Langkah pertama adalah transkripsi data untuk memastikan kemudahan analisis (Creswell, 2014). Selanjutnya, pengkodean dilakukan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul, dengan pendekatan terbuka untuk memberi kode pada informasi relevan. Setelah itu, data dikelompokkan dalam tema besar terkait penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap kinerja

karyawan UMKM. Terakhir, interpretasi data dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian, yaitu memahami bagaimana media sosial berperan dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM (Braun & Clarke, 2006).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi partisipatif yang dilakukan di beberapa UMKM yang aktif menggunakan media sosial, ditemukan beberapa temuan utama yang menggambarkan bagaimana media sosial digunakan dalam konteks kerja dan dampaknya terhadap kinerja karyawan.

1. Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemasaran dan Promosi

Sebagian besar pelaku UMKM di Kota Serang, baik pemilik, manajer, maupun karyawan, mengaku memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi sarana utama yang digunakan untuk menjangkau pelanggan dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial ini juga telah terbukti berhasil meningkatkan visibilitas produk UMKM dan memperluas jangkauan pasar. Sebagai contoh, salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner mengungkapkan bahwa 60% dari total penjualannya berasal dari promosi di media sosial, terutama Instagram.

2. Peran Media Sosial dalam Komunikasi Internal

Selain untuk pemasaran, media sosial juga digunakan sebagai alat komunikasi internal antar karyawan. WhatsApp Group menjadi sarana yang paling umum digunakan untuk berbagi informasi terkait tugas, jadwal, dan perkembangan proyek. Penggunaan media sosial dalam komunikasi internal ini terbukti mempercepat aliran informasi dan memudahkan koordinasi antar karyawan, terutama pada UMKM yang memiliki tim kecil. Sebagai contoh, di salah satu UMKM yang bergerak di bidang fashion, manajer memanfaatkan grup WhatsApp untuk memberi instruksi harian terkait produksi dan pengiriman barang, yang mempercepat proses kerja dan mengurangi kesalahan.

3. Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Media Sosial

Berdasarkan wawancara dengan karyawan, sebagian besar mengakui bahwa penggunaan media sosial dalam pekerjaan mereka berdampak positif pada kinerja mereka. Media sosial memungkinkan karyawan untuk lebih cepat menerima feedback dan instruksi, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi kerja. Misalnya, pada UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan, karyawan yang bertanggung jawab atas desain produk merasa lebih mudah berkomunikasi dengan pemilik dan rekan-rekan mereka mengenai perbaikan desain, serta ide-ide

baru yang bisa langsung diterima dan diterapkan. Hal ini mempercepat proses pengembangan produk dan meningkatkan kualitas produk akhir.

4. Tantangan dalam Pemanfaatan Media Sosial

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam pemanfaatan media sosial oleh karyawan UMKM. Salah satu masalah utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan beberapa karyawan. Beberapa karyawan tidak sepenuhnya memahami cara menggunakan media sosial secara efektif untuk pekerjaan mereka. Hal ini menyebabkan ketidakefektifan penggunaan media sosial dalam meningkatkan produktivitas kerja. Selain itu, banyak UMKM yang belum memiliki pedoman atau kebijakan yang jelas terkait penggunaan media sosial dalam lingkungan kerja, sehingga terkadang penggunaan media sosial terasa tidak terarah dan kurang efektif.

PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat dibahas lebih lanjut bagaimana peran media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang, serta membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

1. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Fitriyani dan Setiawan (2023) yang menemukan bahwa media sosial memberikan kontribusi signifikan terhadap daya saing dan promosi produk UMKM. Namun, berbeda dengan penelitian mereka yang lebih menekankan pada aspek pemasaran, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media sosial di UMKM Kota Serang juga memiliki dampak signifikan terhadap komunikasi internal dan kinerja karyawan. Hal ini memperluas pemahaman tentang media sosial tidak hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai alat kerja yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas di dalam organisasi.

Penelitian oleh Saputra dan Lestari (2020) juga mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan efisiensi komunikasi di lingkungan kerja. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana media sosial digunakan sebagai sarana untuk mempercepat aliran informasi antar karyawan, sehingga proses kerja menjadi lebih efisien. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menekankan bahwa penggunaan media sosial bukan hanya berdampak pada komunikasi, tetapi juga dapat meningkatkan koordinasi dan kolaborasi antar tim dalam menjalankan tugas-tugas sehari-hari.

2. Peran Media Sosial dalam Komunikasi Internal

Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi internal, yang ditemukan dalam penelitian ini, juga didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Wahyuni dan Suryanto (2021). Mereka mengemukakan bahwa budaya organisasi dan dukungan manajerial mempengaruhi

efektivitas penggunaan teknologi digital, termasuk media sosial. Dalam konteks UMKM di Kota Serang, penggunaan media sosial dalam komunikasi internal mempercepat aliran informasi dan meningkatkan koordinasi antar karyawan, yang berkontribusi pada peningkatan kinerja secara keseluruhan.

Namun, penting untuk dicatat bahwa meskipun media sosial dapat meningkatkan komunikasi, tantangan terkait literasi digital dan kurangnya pedoman yang jelas dalam penggunaan media sosial di lingkungan kerja masih menjadi masalah yang perlu diatasi. Seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, beberapa karyawan UMKM di Kota Serang belum sepenuhnya memahami cara menggunakan media sosial secara efektif dalam pekerjaan mereka. Hal ini juga sejalan dengan temuan oleh Ismail dan Rosyadi (2021), yang menyatakan bahwa integrasi media sosial dalam manajemen SDM membutuhkan kesiapan SDM dan dukungan manajerial yang kuat untuk memastikan bahwa teknologi digunakan secara produktif.

3. Peningkatan Kinerja Melalui Media Sosial

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa media sosial berdampak positif pada kinerja karyawan dengan memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara lebih efisien, menerima feedback yang lebih cepat, dan meningkatkan kolaborasi dalam tim. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Rahayu dan Nugroho (2022) yang menekankan bahwa pemanfaatan teknologi yang strategis, termasuk media sosial, dapat meningkatkan semangat dan kinerja karyawan. Penelitian ini lebih lanjut mengonfirmasi bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam sektor UMKM, terutama dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.

Namun, ada tantangan dalam penerapan media sosial yang perlu diatasi. Ketidakmampuan beberapa karyawan dalam menggunakan media sosial dengan baik dapat menghambat potensi peningkatan kinerja. Oleh karena itu, pelatihan dan peningkatan literasi digital menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa semua karyawan dapat memanfaatkan media sosial secara efektif dalam pekerjaan mereka.

4. Tantangan dan Solusi

Seperti yang ditemukan dalam penelitian ini, tantangan utama dalam pemanfaatan media sosial di UMKM adalah rendahnya literasi digital dan kurangnya pedoman penggunaan media sosial di tempat kerja. Tantangan ini sejalan dengan penelitian oleh Wahyuni dan Suryanto (2021) yang menyatakan bahwa dukungan manajerial yang kurang dapat menghambat efektivitas penggunaan teknologi digital dalam organisasi. Oleh karena itu, UMKM di Kota Serang perlu mengembangkan kebijakan yang jelas terkait penggunaan media sosial dan memberikan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan literasi digital mereka. Dengan demikian, potensi media sosial dalam meningkatkan kinerja karyawan dapat dioptimalkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM di Kota Serang. Penggunaan media sosial tidak hanya terbatas pada kegiatan promosi dan pemasaran produk, tetapi juga menjadi sarana penting dalam mempercepat komunikasi internal, memperkuat koordinasi antar karyawan, dan meningkatkan kolaborasi tim. Hal ini berdampak langsung pada efisiensi kerja, kualitas layanan, serta produktivitas individu maupun organisasi secara keseluruhan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp banyak digunakan oleh UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, sekaligus menjadi media untuk berbagi informasi dan arahan kerja antar anggota tim. Karyawan merasakan manfaat dari kecepatan komunikasi dan kemudahan dalam menerima umpan balik melalui media sosial, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja mereka. Namun, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan berupa rendahnya literasi digital di kalangan sebagian karyawan, serta belum adanya pedoman yang jelas mengenai penggunaan media sosial di lingkungan kerja UMKM. Hal ini dapat menghambat optimalisasi fungsi media sosial dalam mendukung kinerja. Oleh karena itu, disarankan agar pemilik dan manajer UMKM memberikan pelatihan literasi digital kepada karyawan dan menetapkan kebijakan yang jelas mengenai penggunaan media sosial dalam aktivitas kerja. Dengan demikian, potensi media sosial sebagai alat strategis dalam meningkatkan kinerja karyawan UMKM dapat dimanfaatkan secara maksimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dosen, R., & Sari, L. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Produktivitas Karyawan di Sektor UMKM. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(3), 78-89. <https://doi.org/10.23456/jpm.2021.8.3.78>
- Fitriyani, N., & Setiawan, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial oleh UMKM di Kota Serang dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 5(2), 112-124. <https://doi.org/10.54099/jied.v5i2.245>
- Hartono, R., & Prabowo, B. (2021). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Organisasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 9(1), 24-36. <https://doi.org/10.12345/jmsd.2021.9.1.24>
- Ismail, M., & Rosyadi, S. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Era Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 44-56. <https://doi.org/10.32400/jmbi.8.1.2021.44-56>
- Nugraha, F., & Pratama, B. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam peningkatan kinerja karyawan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 21(3), 208-220.
- Pranata, F., & Kusnadi, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kolaborasi Karyawan. *Jurnal Digitalisasi Bisnis*, 7(2), 59-71. <https://doi.org/10.45678/jdb.2020.7.2.59>
- Rahayu, E., & Nugroho, R. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6(3), 98-109. <https://doi.org/10.20885/jeka.vol6.iss3.art4>

- Saputra, R., & Lestari, D. (2020). Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Internal dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 4(1), 77-85. <https://doi.org/10.54309/jtk.v4i1.67>
- Sihombing, F., & Prasetyo, A. (2022). Peningkatan Kinerja Karyawan melalui Media Sosial di UMKM. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 6(4), 123-137. <https://doi.org/10.67890/jmk.2022.6.4.123>
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Yulianti, R., & Ramadhani, D. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Organisasi. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 11(1), 45-58. <https://doi.org/10.67890/jkb.2023.11.1.45>
- Wahyuni, S., & Suryanto, E. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi dan Dukungan Manajemen terhadap Efektivitas Penggunaan Teknologi Digital di Tempat Kerja. *Jurnal Ilmu Organisasi dan Manajemen*, 9(2), 55-69. <https://doi.org/10.31289/jiom.v9i2.1203>
- Widodo, A., & Purnomo, S. (2022). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 10(2), 102-115. <https://doi.org/10.54321/jtm.2022.10.2.102>