

**SKRIPSI**

**PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, INOVASI  
DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN  
UMKM DI JAKARTA BARAT**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : MISSHELL CHAI**

**NPM : 115200281**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2023**

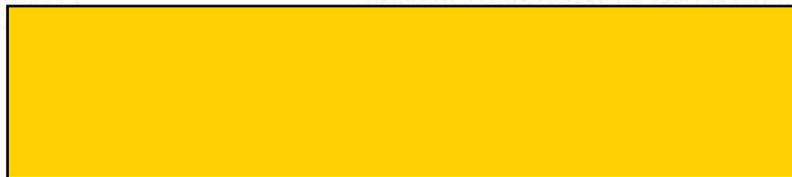
### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Misshell Chai

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200281

Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Desember 2023



\_\_\_\_\_  
MISHELL CHAI

#### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : MISHELL CHAI  
NIM : 115200281  
PROGRAM STUDI : S1 / Manajemen  
MATA KULIAH KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PEMANFAATAN  
MEDIA SOSIAL, INOVASI DAN  
MODAL USAHA TERHADAP  
KEBERLANJUTAN UMKM DI  
JAKARTA BARAT

Jakarta, 20 Desember 2023

Pembimbing



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

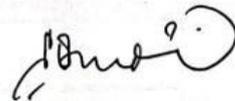
**NAMA** : **Misshell Chai**  
**NIM** : **115200281**  
**PROGRAM / JURUSAN** : **SI / MANAJEMEN**  
**JUDUL SKRIPSI** : **Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Inovasi  
dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan  
UMKM di Jakarta Barat**

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Tommy Setiawan Ruslim S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M.  
Joyce Angelique Turangan, S.E, M.Pd.

Jakarta, 25 Januari 2024

Pembimbing,



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M.

## ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

(A) MISSHEL CHAI (115200281)

(B) PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, INOVASI DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM DI JAKARTA BARAT

(C) xv + 79 hal, 2023, tabel 19; gambar 7; lampiran 3

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat. Metode penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM PLS. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.

(F) Daftar acuan 67 (1996-2023)

(G) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.

## **ABTRACT**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

(A) MISSHEL CHAI (115200281)

(B) THE INFLUENCE OF THE USE OF SOCIAL MEDIA, INNOVATION AND BUSINESS CAPITAL ON THE SUSTAINABILITY OF UMKM IN WEST JAKARTA

(C) xv + 79 page, 2023, table 19; figure 7; attachmen 3

(D) ENTREPRENEURSHIP

(E) Abstract: The aim of this research is to determine and analyze the influence of the use of social media, innovation and business capital on the sustainability of MSME businesses in West Jakarta. The sample determination method uses a non-probability sampling method with purposive sampling type. The data collection method used a questionnaire which was distributed to 100 respondents. Data analysis used SEM PLS analysis. The results of the analysis conclude that there is an influence of the use of social media, innovation and business capital on the sustainability of MSME businesses in West Jakarta.

(F) Reference 67 (1996-2023)

(G) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M.

## **HALAMAN MOTTO**

*I can do all things through him who strengthens me. For I can do everything through Christ, who gives me strength. Whatever I have, wherever I am, I can make it through anything in the One who makes me who I am.*

**Philippians 4:13**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan untuk:

Keluarga yang saya sayangi,

Dan seluruh sahabat dan teman yang saya kasihi.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Selesainya penyusunan penelitian ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
5. Segenap Dosen dan Staf Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan.
6. Papa dan mama tercinta, yang telah merelakan sebagian besar waktu saya yang seharusnya untuknya, demi terselesainya skripsi ini.
7. Sahabat saya semasa kuliah, yaitu Marcelive Heaviside, Liviani, Vanessa, dan Caroline yang senantiasa memberikan dukungan emosional dan membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah ikut memberikan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat keterbatasan kemampuan

saya. Karenanya saya dengan tangan terbuka bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 28 Desember 2023

Penulis,



(Misshel Chai)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAANTIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	6
3. Pembatasan Masalah.....	6
4. Perumusan Masalah .....	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Gambaran Umum Teori .....	9
B. Definisi Konseptual Variabel .....	10
C. Penelitian yang Relevan .....	17
D. Kaitan Antar Variabel .....	21
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	27
B. Populasi, Teknik Peilihan Sampel dan Ukuran Sampel .....	27

C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Operasionalisasi Variabel .....	28
E. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
F. Analisis Data .....	31
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Subyek Penelitian .....	34
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	38
C. Hasil Analisis Data.....	42
D. Pembahasan .....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Kriteria UMKM..... 12
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan ..... 17
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel..... 29
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 34
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan usia ..... 35
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan..... 36
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha ..... 37
Tabel 4.5	Obyek Penelitian Pemanfaatan Media Sosial ..... 38
Tabel 4.6	Obyek Penelitian Inovasi ..... 39
Tabel 4.7	Obyek Penelitian Modal Usaha ..... 40
Tabel 4.8	Obyek Penelitian Keberlanjutan Usaha..... 41
Tabel 4.9	<i>Convergent Validity</i> ..... 43
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Cross Loading</i> ..... 45
Tabel 4.11	<i>Avarage Variance Extracted</i> ..... 46
Tabel 4.12	<i>Composite Reliability</i> ..... 47
Tabel 4.13	<i>Cronbach's Alpha</i> ..... 47
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi $R^2$ ..... 50
Tabel 4.15	Hasil <i>F square</i> ..... 51
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Hipotesis ..... 52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia .....	35
Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	36
Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	37
Gambar 4.5 Diagram <i>Loading Factors</i> .....	44
Gambar 4.6 Path Coefficients .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	63
Lampiran 2. Hasil Kuesioner .....	67
Lampiran 3. Hasil uji PLS .....	76

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Permasalahan**

#### **1. Latar Belakang**

Kewirausahaan berperan penting di dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Banyak ahli menyebutkan bahwa kewirausahaan telah memberi kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan sosio-ekonomi suatu negara, seperti kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan nasional. Terlebih pada situasi krisis yang berkepanjangan, peran wirausahawan dirasakan sangat penting (Tambunan, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM adalah kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh seseorang tanpa batasan usia dan modal besar. UMKM memiliki peran penting dalam upaya mewujudkan stabilitas ekonomi nasional, hal ini dikarenakan UMKM dapat membuka kesempatan kerja bagi pengangguran sehingga dapat menurunkan tingkat kemiskinan. Menurut *International Council for Small Business (ICSB)* dari semua pelaku bisnis, 90% adalah UMKM yang dapat menyumbang 60%-70% dari total lapangan pekerjaan yang ada dan 50% merupakan dari PDB. UMKM merupakan pendorong untuk pertumbuhan ekonomi dengan cara penyediaan peluang pekerjaan dan penyeimbangan sistem pasar.

Sejarah membuktikan bahwa ketika krisis moneter 1998 dan kebangkrutan dimana-mana UMKM yang tetap bertahan atas keterpurukan pasca krisis ekonomi. Karakteristik UMKM yang mampu membuat bertahan disaat krisis yaitu umumnya UMKM menghasilkan barang konsumsi yang dimana jika pendapatan masyarakat meningkat, maka akan terjadi peningkatan permintaan juga dan apabila sebaliknya, permintaan tidak berkurang banyak, sebagian besar pembiayaan UMKM adalah *non-banking* yang artinya apabila bank terpuruk ketika krisis, tidak ada pengaruhnya terhadap UMKM, UMKM mayoritas memproduksi barang atau jasa tertentu, hal ini cenderung membuat UMKM fleksibel yang dapat mudah mengubah

dan memilih jenis usahanya, UMKM tidak banyak bergantung pada faktor eksternal, seperti valuta asing dan bahan baku impor Irfan, dkk (2023).

Pada tahun 2019 silam dunia digemparkan dengan adanya wabah Virus Covid-19, hal ini menyebabkan macetnya sektor ekonomi dunia. Sama halnya di Indonesia sendiri banyak dari UMKM mengalami penurunan omzet, bahkan hingga kebangkrutan. Sulitnya dalam pembiayaan, distribusi, sampai dengan mendapatkan bahan baku, menjadi kendala terbesar UMKM dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya. Perlunya memiliki strategi untuk bersaing dalam pasar dan inovasi baru dapat dilakukan UMKM untuk tetap eksis dalam pandemi ini, terutama para pelaku usaha yang menjalankan usahanya di sektor perdagangan. Perdagangan yang dilakukan secara konvensional atau *offline* yaitu yang hanya berfokus pada kunjungan langsung sangat dirugikan karena pembatasan masyarakat dan aturan-aturan dari pemerintah. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan membatasi pergerakan orang dan barang sehingga mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri dirumah jika tidak ada keperluan yang mendesak (Mangku et al., 2022). Mengatasi hal tersebut, pelaku UMKM kini telah banyak beralih ke metode penjualan secara online dengan memanfaatkan penggunaan sosial media.

Masa-masa setelah pandemi menjadi masa yang sama beratnya, karena semua sektor harus berupaya keras untuk bisa bangkit dan beradaptasi dengan segala perubahan yang ada. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dengan pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk berdagang. Para pelaku bisnis diharuskan untuk melek terhadap teknologi demi mempertahankan usahanya (Awali dan Rohmah, 2020). Di era digital saat ini, kreativitas seseorang dalam penggunaan teknologi informasi banyak digunakan untuk mengembangkan bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp juga berperan penting sebagai pendukung kegiatan usaha. Mulai dari kegiatan pemasaran hingga proses jual beli semua bisa dilakukan secara digital. Hal ini tentunya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Dengan berkembangnya kreativitas berbasis teknologi yang dilakukan secara

berkesinambungan, diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM. Media sosial memberikan kemudahan bagi para pelaku UKM guna dapat berinteraksi dengan konsumen, sehingga menimbulkan hubungan antara konsumen dengan pelaku UKM tetap terjaga. Perbedaan lokasi antara konsumen dengan pelaku UKM tidak menjadi penghalang untuk saling berinteraksi satu sama lain, dengan memanfaatkan media sosial pelaku UKM dapat mudah dan cepat merespon apa yang diinginkan konsumen melalui fitur-fitur yang sudah ada di dalam media sosial dan kenyamanan konsumen juga sudah sangat terjamin. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Bado, dkk (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Chatterjee, et al (2021) juga menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Penggunaan media sosial saat ini akan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi secara lebih efektif dan efisien karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Penggunaan media sosial memungkinkan bisnis untuk menyediakan konten dan memberikan informasi untuk para konsumennya tanpa menggunakan fisik. Selain itu, penggunaan media sosial juga berfungsi sebagai *platform* yang efektif untuk tujuan strategis dan kinerja organisasi. Penggunaan media sosial yang efektif dapat mempercepat kinerja yang berkelanjutan, beberapa jenis informasi data dicapai melalui umpan balik, komunikasi dua arah dengan para pengguna media sosial maupun konsumen (Mention, Barlatier dan Josserand, 2019). Selain itu penggunaan media sosial menunjukkan aliansi bisnis dengan memungkinkan informasi kolaboratif dan berbagai pengetahuan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha yang belum memahami teknologi sehingga tidak dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut dengan sebaik-baiknya.

Keberlanjutan suatu bisnis juga dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha untuk melakukan inovasi (Irfan, dkk, 2023). Inovatif adalah kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan

proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi. Inovasi dianggap sebagai sebuah penyedia solusi untuk permasalahan yang rutin atau baru. Menurut Drucker (2012), inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Berry (1998, dalam Arshad, et al. 2014:46) menyatakan inovasi dipahami oleh beberapa diantara kita, sebagai suatu kemampuan perusahaan untuk terlibat di dalam ide-ide baru atau berpikir kreatif bahwa ide tersebut dapat menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan. Kemudian dalam

Penelitian yang dilakukan Lai dan Widjaja (2023) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Inovasi dapat dipertimbangkan pada produk atau tingkat teknologi (Yang, 2008). Dalam konteks inovasi produk, faktor-faktor penting yang harus dipertimbangkan adalah desain, penelitian pasar, atribut produk dan pemasaran atau promosi (Arshad, et al. 2014:48). Inovasi teknologi terutama berkonsentrasi tentang bagaimanakah cara untuk menambahkan atribut baru untuk produk, yang diminta oleh pasar atau tentang bagaimanakah untuk menghasilkan produk yang efisien. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan inovasi merupakan prioritas bagi pengusaha, dan mereka selalu bangga akan hal tersebut sebagaimana pula sebagai upaya untuk menciptakan beberapa keunggulan kompetitif bagi perusahaan mereka.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Gautam (2016) yang menyimpulkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Hasil tersebut dikarenakan adanya keterbatasan pengusaha dalam berinovasi. Pada penelitian ini, inovasi yang dilakukan sebagian besar responden adalah inovasi membuat produk baru. Namun untuk inovasi yang dilakukan belum mampu mendongkar kinerja usaha. Maka hal ini menunjukkan UMKM masih memiliki keterbatasan untuk berinovasi. Tidak semua pengusaha memiliki ide untuk membuat sesuatu yang baru terhadap produknya, menerapkan cara produksi yang baru. Pada penelitian ini UMKM berhasil menerapkan ide-ide kreatif yang dimiliki

untuk melakukan sebuah inovasi. Tetapi inovasi-inovasi yang dilakukan ternyata belum cukup mendorong atau memberi pengaruh untuk meningkatkan kinerjanya.

Selain itu menurut Irfan, dkk (2023) faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha adalah modal usaha. Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan (Pamungkas, 2017). Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) modal yang besar akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Anggraeni dan Hardjanto, 2018). Modal usaha diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Modal dapat berasal dari modal pribadi atau modal pinjaman dari pihak lain seperti lembaga keuangan. Namun pada umumnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah lebih menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya. Modal Usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Purwanti (2012) memaknai maksud dari modal usaha yang berpengaruh yakni modal usaha yang dapat menunjang usaha dan memudahkan dalam pendapatan modal usaha. Semakin besar modal serta semakin mudahnya modal usaha didapatkan maka usaha pun akan semakin berkembang. Tanti dan Dewi, (2020) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh positif modal usaha terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Nawawi (2023) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Namun dalam penelitian yang dilakukan Azzahra, dkk (2023) menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Besar kecilnya sebuah modal tidak dapat menjamin bahwa suatu usaha dapat terus berlanjut. Mudahnya akses untuk memperoleh modal tambahan membuat siapapun dapat mengelola sebuah usaha tanpa perlu khawatir akan kekurangan modal. Akan tetapi jika pelaku usaha tidak dapat mengelola modal dengan baik, hal ini tentunya dapat menghambat perputaran modal usaha.

Berdasarkan deskripsi dan beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan, penelitian ini penting dilakukan karena di masa pandemi Covid-19 banyak usaha-

usaha yang gulung tikar karena tidak bisa mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Oleh sebab itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor keberlanjutan bisnis yang diantaranya yaitu, pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha. Penelitian ini merujuk pada penelitian Dewi dan Herawati (2023) yang membedakan adalah menambahkan variabel inovasi. Penambahan variabel ini ditujukan bahwa keberlanjutan bisnis di UMKM harus mengalami perubahan pada masa yang serba adaptasi teknologi. Utami dalam Hendratmoko (2021) mengatakan bahwa inovasi adalah sebuah kunci dari suatu bisnis industri kreatif, dimana dengan kita melakukan inovasi akan membuat bisnis semakin kompetitif, dan pelanggan akan melihat bisnis yang kita lakukan pertama kali dari sisi inovasinya bukan dari reputasinya (Purwantini dan Anisa, 2018). Perbedaan lainnya adalah lokasi penelitian yang dilakukan, dalam penelitian Dewi dan Herawati (2023) dilakukan di Buleleng sedangkan ini dilakukan di wilayah Jakarta Barat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Inovasi dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat.**

## **2. Identifikasi**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya UMKM yang tidak mampu bertahan dalam persaingan.
- b. Banyaknya pelaku UMKM yang belum dapat mengakses media sosial
- c. Apakah dengan memanfaatkan media sosial dapat berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?
- d. Apakah berinovatif berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?
- e. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?

## **3. Pembatasan**

Mengingat luasnya ruang lingkup penelitian, maka penulis tidak dapat melakukan penelitian seluruhnya karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga

penulis sehingga diperlukan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dalam penelitian ini mencakup:

- a. Variabel yang diteliti ialah pemanfaatan media sosial, inovasi, dan modal usaha sebagai variabel independen, serta keberlanjutan usaha sebagai variabel dependen.
- b. Populasi yang diteliti adalah pelaku UMKM yang ada di wilayah Jakarta Barat terutama di daerah Grogol.

#### **4. Perumusan**

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah di atas, dapat diuraikan beberapa masalah yang dapat dikemukakan berupa pertanyaan berikut:

- a. Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat?
- b. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat?
- c. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat?

### **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat
- b. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat
- c. Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM di Jakarta Barat

#### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

- a. Manfaat teoritis

Dapat dijadikan bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori kewirausahaan yang relevan sehubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menambah bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian berikutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Manfaat Penelitian Bagi Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu literatur atau referensi penelitian sejenis serta dapat memberi kontribusi pengetahuan dan wawasan kewirausahaan khususnya program Ekonomi dan Bisnis dan umumnya bagi seluruh mahasiswa Universitas Tarumanagara

2) Bagi pelaku bisnis

Bagi pelaku bisnis penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi dalam rangka melakukan peningkatan kinerja usaha dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Pelaku bisnis dapat mengetahui unsur – unsur apa yang dapat meningkatkan kinerja usaha dalam mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

3) Bagi Pemerintah

Semakin banyak UMKM yang bertahan dan berkembang, maka akan berdampak pada perekonomian karena dapat menyediakan lapangan pekerjaan, mengatasi kemiskinan, dan meningkatkan daya saing bangsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambrosini, V., Bowman, C. and Collier, N. (2009). Dynamic capabilities: an exploration of how firms renew their resource base. *British Journal of Management*, 20 (1): 9-24.
- Ancok, D. (2012). *Psikologi kepemimpinan dan inovasi*. Jakarta: Erlangga
- Andiyanto, Frenky (2017) Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis (studi empiris pada industri pakaian jadi skala kecil dan menengah di Kabupaten Kudus). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol 7, No. 1: 1-20
- Anggraeni, F. D., dan Hardjanto (2018). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal (studi kasus pada kelompok usaha emping jagung di kelurahan pandanwangi kecamatan blimbing kota malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 1 (6):1286-129
- Anggraini, Adisty dan Zuhrial Nawawi (2023). Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kota Medan. *Journal of Management & Business*. 2 (1): 30-45
- Aritonang, L.R. (2009). "Peramalan Bisnis". Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Arshad, Azlin Shafinaz, Amran Rasli, Afiza Azura Arshad, dan Zahariah Mohd Zain (2014). The impact of entrepreneurial orientation on business performance: a study of technology-based SMEs in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 1 (3): 46 – 53
- Awali, H., dan Rohmah, F. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2 (1): 1–14.
- Azzahra, Cika Irlia, Suyanto, dan Elmira Febri Darmayanti (2021). Pengaruh kreativitas, modal usaha, diversifikasi produk dan kebijakan pemerintah terhadap keberlanjutan bisnis UMKM (studi pada UMKM bidang perdagangan di kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi*. 2 (1): 104-112
- Bado, Basri, Muhammad Hasan, Andika Isma. (2023). Pengaruh pemanfaatan media sosial dan kreativitas terhadap modal sosial untuk keberlanjutan usaha UMKM milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7 (2): 15582-15603
- Chatterjee, Sheshadri, Ranjan Chaudhuri, Georgia Sakka, Balakrishna Grandhi, Antonino Galati, Evangelia Siachou dan Demetris Vrontis (2021). Adoption of social media marketing for sustainable business growth of SMEs in emerging economies: the moderating role of leadership support. *Sustainability*, 1 (3): 1-16

- Dewi, Kadek Windayani Purnama dan Nyoman Trisna Herawati (2023) Pengaruh modal usaha, literasi keuangan dan penggunaan *social commerce* terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil dan menengah di Kecamatan Buleleng. 12 (2): 108-117
- Drucker, P. F. (2012). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga
- Fontana, Avanti. (2011). *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera
- Gautam, Prabin Raj (2016) Entrepreneurial orientation and business performance of handicraft industry: a study of nepalese handicraft enterprises *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*. Vol.4, No.2, pp.48-63,
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Groth, Gabrielle G, Laura M Longo and Jessica L Martin (2017) Social media and college student risk behaviors: A mini-review. *National Library of Medicine*. 2 (2):124-150
- Guenther, E., Endrikat, J., & Guenther, T. W. (2016). Environmental management control systems: a conceptualization and a review of the empirical evidence. *Journal of Cleaner Production*. 13 (6): 147–171
- Gunday, G., Alpkam, L., Bulut, C., Ulusoy, G., & Kilic, K. (2009). Organizational support for intrapreneurship and its interaction with human capital to enhance innovative performance. *Management Decision*. 48 (5): 732–755.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Haryo, Santoso dan Yengky Imam Susanto (2014). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kewirausahaan di klaster industri mebel Kabupaten Blora. *Journal of Industrial Engineering Management*. Volume : Vol 9, No.1: 1-10
- Hendratmoko (2021) Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship*. 2(1): 251–266.
- Henseler, J., Ringle, C., dan Sinkovics. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*. Vol. 4 No.20 :.277-319
- Irfan, Fahmi Muhammad, Suharto dan Hanif (2023) Pengaruh Modal Usaha dan *Product Innovation* Terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 9 (01): 1-20
- Jumingan. (2017). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kindarto, A. (2010). *Efektif blogging dengan aplikasi facebook*. Jakarta: Elex Media Komputindo

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). Manajemen pemasaran edisi ke 12 jilid 2 (Terjemahan). Jakarta: PT Indeks.
- Kraus, S., Gast, J., Schleich, M., Jones, P., & Ritter, M. (2019). Content is king: how SMEs create content for social media marketing under limited resources. *Journal of Macromarketing*, 39(4), 415–430
- Kusumo, Agung Raharjo Wibowo. (2006). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi industri batik skala besar dan sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Lai, Aurel dan Oey Hannes Widjaja (2023) Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap keberhasilan umkm kedai kopi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 05 (03) : 576 - 584
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Malhotra, Naresh K. (2012). *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Jakarta: Index.
- Mention, Anne-Laure, Barlatier, Pierre-Jean and Josserand, Emmanuel, (2019). Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation. *Technological Forecasting and Social Change*. 144(C): 242-250.
- Nayla, Akifa, P. (2014). *Komplet akuntansi untuk UKM dan waralaba*. Jogjakarta: Laksana.
- Nugraha, Listyawan Ardi. (2011). Pengaruh modal usaha, tingkat pendapatan, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pengusaha industri kerajinan perak di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. *ejournal Administrasi Bisnis*. 5(1): 122-124.
- Pamungkas (2017). Pengaruh modal, kualitas sumber daya manusia (sdm) dan promosi terhadap pemberdayaan UMKM (studi kasus pada pemilik usaha di sekitar pasar Babadan, Ungaran). *Jurnal Manajemen Bisnis*. 6 (12): 45-65.
- Pasolo, Muhammad Ridhwansyah, Yaya Sondjaya, Muslim Muslim, Fitriawati (2023) Factors that influence business sustainability: evidence from MSMEs in Papua Province, Indonesia. *Journal of Management & Business*. 6 (1): 326 - 336
- Patma, Tundung Subali, Ludi Wishnu Wardana, Agus Wibowo, Bagus Shandy Narmaditya dan Farida Akbarina (2021) The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*. 8 (1): 1-16
- Permana, Erwin Putera (2018) Pengaruh media sosial sebagai sumber belajar ips terhadap motivasi belajar, kemampuan berpikir kritis dan berpikir kreatif siswa sekolah dasar. *Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*.

- Pottag, Anis Tiana (2022). Austainability business in family companies through good corporate governance practices related to aspects of business legality in the digital era. *International Journal of Review Management, Business and Entrepreneurship*. 2 (2): 47-54
- Purbohastuti, Arum Wahyuni (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. 12 (2): 212-231
- Purwanti, Endang (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*. 5 (9):13-28
- Purwantini, Anissa Hakim dan Fritina Anisa (2018). Analisis penggunaan media sosial bagi UKM dan dampaknya terhadap kinerja. *Industrial Management & Data Systems*. 115 (3): 570–588
- Rahayu, Pinta Rohmada dan Nur Hidayah (2023). Pengaruh Jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha umkm. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 05 (02): 448 - 456
- Ratnasari, D. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. 4 (1), 13–24
- Rusyida, Wilda Yulia (2023) Kemampuan manajerial, literasi keuangan, dan mitigasi risiko terhadap keberlangsungan usaha UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. 1 (1):1-19
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair Jr, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) : A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*. 5: 105–115
- Sarwono, Jonathan dan Budiono, Herlina. (2012). *Statistik terapan: aplikasi (untuk riset skripsi, tesis dan disertasi menggunakan SPSS, AMOS, dan Excel)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma (2003). *Research methods for business: a skill building aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Silalahi, Ulber (2009). *Metode penelitian social*. Bandung: Refika Aditama
- Sugiyono (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. (2016). *Makro ekonomi teori pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Sumarsono.(2010). *Manajemen*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tambunan, Tulus;. (2012). Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 2 (3): 25-58

- Tanti, Gusti Agung Surya dan Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi (2020) Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. 11 (2): 320-330
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Pengertian media sosial*. Bookboon, London.
- Thaib, Erwin Jusuf (2021). *Problematika dakwah di media sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri
- Van Dijk. (2013). *The culture of connectivity: critical history of social media*. UK: Oxford University Press
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using pls path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 177-195
- Widayanti, R., Damayanti, R., dan Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153.
- Widodo. (2013). Model peningkatan kinerja ukm berbasis orientasi entrepreneurs. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol 4 No 2.1-15*
- Yang, J. T. (2008). Individual attitudes and organisational knowledge sharing. *Tourism Management*. 29(2): 345-353
- Yul Lee, Jeoung, Young Soo Yang, Pervez Ghauri, Byung Il Park (2022) The impact of social media and digital platforms experience on sme international orientation: the moderating role of covid-19 pandemic. *Journal of International Management*. 28(2)