

Artikel Hasil Penelitian

Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor

Echwan Fauzi^{a)}, Anjar Priyono

*Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311341@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Dengan adanya peningkatan globalisasi, penting dalam UKM (usaha kecil menengah) untuk mengadopsi media sosial secara signifikan guna meningkatkan keberlanjutan kinerja UKM dan kemampuan dalam berinovasi sebagai salah satu cara untuk bertahan serta berkembang di pasar untuk berbaur dalam persaingan yang sangat kompetitif. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode survey dan dilakukan di daerah khususnya Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 50 responden pelaku UKM yang ada di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor dan diuji menggunakan IBM SPSS 26. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor. Nilai uji hipotesis variabel penggunaan media sosial menunjukkan nilai 0,009 dan variabel kapabilitas inovasi menunjukkan nilai 0,007 yang artinya bahwa kedua variabel memiliki pengaruh terhadap variabel keberlanjutan kinerja UKM.

Kata Kunci: media sosial, kapabilitas inovasi, keberlanjutan kinerja

PENDAHULUAN

Dengan peningkatan globalisasi, sistem komputerisasi, dan kemajuan teknologi yang terus berlangsung dapat menyebabkan persaingan yang lebih tinggi di antara perusahaan (Puriwat dan Tripopsakul, 2021). Meskipun UKM dapat menghasilkan lebih dari 80% pekerjaan dan 70% dalam PDB (produk domestik bruto) atau bisa dikatakan jumlah produksi baik itu barang atau jasa yang sudah dihasilkan oleh unit produksi di suatu daerah, mereka masih menghadapi kekurangan sumber daya dan tantangan adopsi teknologi yang sangat besar. Penting dalam UKM (usaha kecil menengah) untuk mengadopsi media sosial secara signifikan guna untuk meningkatkan keberlanjutan kinerja UKM itu sendiri, dimana kemajuan internet telah meningkatkan kinerja perusahaan dan Internet mempunyai peluang



dalam menyediakan lingkungan untuk berinteraksi secara online dengan menggunakan media sosial

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.

UKM secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan kesempatan kerja dan kegiatan dalam berinovasi. Tidak hanya menggunakan media sosial, para pelaku UKM juga dapat menciptakan inovasi pada usaha yang didirikannya. Inovasi adalah sebuah cara untuk bertahan serta berkembang di pasar untuk berbaur dalam persaingan yang sangat kompetitif. Pada umumnya, inovasi UKM dapat menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, adanya perubahan keadaan lingkungan seperti terbatasnya kegiatan sosial akibat dari pandemi COVID-19 pelaku UKM 3 dapat mengambil keputusan dengan cepat dan dapat menerapkan strategi inovasi yang telah dirancang.

Baru-baru ini, untuk mencapai kinerja yang berkelanjutan, UKM harus menggunakan teknologi media sosial di tengah meningkatnya efek globalisasi. Studi mengusulkan adopsi media sosial untuk meningkatkan kinerja UKM dan mengurangi kekurangan sumber daya. Dengan demikian, penggunaan media sosial adalah pilihan yang berkembang dan terjangkau untuk UKM, dapat membantu para pelaku usaha untuk fokus pada khalayak yang besar. Namun, penelitian sebelumnya yaitu telah membatasi fokus pada penggunaan media sosial dan kinerja perusahaan yang berkelanjutan di negara berkembang (Tajudeen, Jaafar dan Ainin, 2018).

Penelitian sebelumnya melakukan penelitian untuk mencari data dengan menggunakan survei berbasis web untuk pengumpulan data dari UKM dari konstruksi, manufaktur, jasa, dan teknologi tinggi di Cina, survei tersebut dirancang menggunakan survei dengan memanfaatkan aplikasi WeChat (Podsakoff *et al.*, 2003). Dengan adanya metode yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya, penelitian ini berusaha mengembangkan metode surveinya dengan cara observasi secara langsung ke tempat tujuan penelitian dan melakukan survei menggunakan pengisian kuesioner dan diisi langsung oleh para pelaku UKM yang ada di awasan Objek Wisata Rowo Jombor, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini lebih akurat dan terbuka.

Peneliti sebelumnya juga melakukan penelitian dengan menggunakan permodelan persamaan struktural kuadrat tekecil parsial (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS model penelitian dua langkah dan model struktural (Hair *et al.*, 2018), dimana penelitian sebelumnya memiliki 4 variabel dan terdapat variabel moderasi dalam penelitian tersebut yang menghasilkan nilai signifikan antara semua variabelnya. Karena alasan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM di kawasan objek wisata rowo jombor”. dengan memodifikasi kerangka berpikir dan menghilangkan variabel moderasi karena objek yang akan dilakukan untuk penelitian memiliki perbedaan dengan peneliti sebelumnya. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan IBM-SPSS 26,

dan memiliki 3 variabel diantaranya 2 variabel independen dan 1 variabel dependen untuk mengatasi keterbatasan yang ada.

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberlanjutan kinerja UKM di kawasan objek wisata Rowo Jombor. Serta untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM di kawasan objek wisata Rowo Jombor.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Media sosial menurut Boyd dalam Sari *et al.* (2018) adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Menurut Van Dijk dalam (Sari *et al.*, 2018) menyatakan bahwa media sosial itu ialah *platform* atau media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai media online yang membuat hubungan sesama pengguna memiliki sebuah ikatan sosial.

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

Penggunaan media sosial memungkinkan UKM untuk dapat menganalisis pandangan pelanggan tentang UKM. Selain itu, media sosial juga dapat mempermudah komunikasi antara pemilik UKM dengan pelanggan secara online melalui media terkenal, seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Youtube. Media sosial dapat membantu UKM untuk memperkenalkan produk baru kepada konsumen dan mampu meminimalkan dampak lingkungan terhadap produk yang dihasilkan (Chege dan Wang, 2020). Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan kinerja UKM.*

Pengertian Kapabilitas Inovasi

Menurut Kuniyoshi dalam Sujatna (2019) inovasi merupakan kegiatan yang bisa dilakukan dengan sekali pengambilan keputusan, inovasi dilakukan dengan proses yang cukup panjang dan kumulatif, penerapan cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada di dalam suatu produk atau proses produksinya, dari seki penemuan ide hingga implementasi ke dalam pasar. Menurut Ven dalam Sujatna (2019) inovasi merupakan sebuah pengembangan dan implementasi gagasan 18 baru oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dengan melakukan segala aktivitas transaksi di dalam sebuah organisasi.

Menurut Rogers dalam Sujatna (2019) inovasi adalah sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru, atau cara baru yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok tertentu. Dijelaskan di dalam UU No. 18 Tahun 2002 (Pemerintah Pusat, 2002), inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan perancangan yang dilakukan untuk tujuan pengembangan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada. Jadi jika kita menyimpulkan dari berbagai pendapat para ahli

di atas Inovasi merupakan sebuah kegiatan penerapan ide dan gagasan baru oleh seseorang maupun kelompok dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi guna menghasilkan nilai dalam suatu produk dan proses produksinya.

Inovasi juga didefinisikan sebagai kapasitas untuk memperkenalkan beberapa proses, produk, atau ide baru dalam organisasi (Gayard, Orhhek dan Charpin, 1972). Suatu inovasi dapat berupa produk atau layanan baru, proses produksi baru, atau struktur sistem administrasi baru (Hult, Hurley dan Knight, 2004) dan menurut 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).

Melakukan inovasi dalam pengembangan ide dan informasi UKM dapat membantu meningkatkan keberlanjutan kinerja UKM. Kapabilitas inovasi dapat menekankan upaya dalam berinovasi, dengan menawarkan produk dan layanan baru untuk menambah nilai bagi produk yang dihasilkan. Sehingga, pemilik bisnis mampu meningkatkan kompetisi atau persaingan terhadap UKM yang lain (Fang *et al.*, 2021). Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan kinerja UKM.

Pengertian Kinerja

Kinerja ialah segala sesuatu yang dilakukan manajemen tentang keberhasilan atau kegagalannya dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam akuntabilitas publik (Hendratmoko, 2021). Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat 21 faktor yang berpengaruh pada kinerja UKM. Salah satu peneliti menyatakan, UKM cina memanfaatkan media sosial (mislanya, weibo) untuk menyebarkan informasi. Media sosial mereka secara signifikan mempengaruhi perilaku dan sikap pelanggan. Sebuah perusahaan menggunakan media sosial untuk mendapatkan dukungan dari pelanggan dan hubungan dari bisnis ke bisnis (Jussila, Kärkkäinen dan Aramo-Immonen, 2014).

Pengertian Kinerja menurut para beberapa ahli dalam (Nursam, 2017) diantaranya :

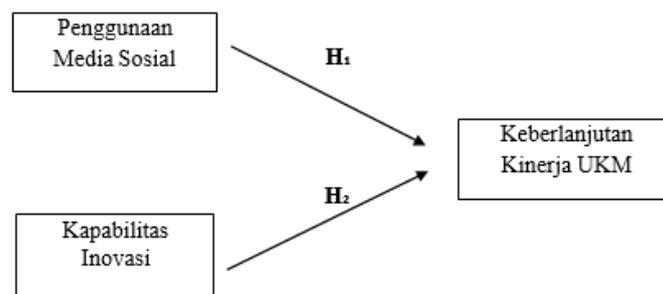
- 1) Kinerja merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan dalam pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diminta.
- 2) Kinerja merupakan Sebagian kumpulan dari total kerja yang ada di dalam diri pekerja atau karyawan perusahaan.
- 3) Kinerja merupakan fungsi dari motivasi serta kemampuan, dimana untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan seseorang atau 23 karyawan harus mempunyai tingkat ketersediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Tidak dapat efektif apabila seseorang mengerjakan sesuatu tanpa mengetahui atau paham mengenai apa yang mereka kerjakan dan bagaimana cara mereka mengerjakannya.
- 4) Kinerja merupakan tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, kinerja dapat dinyatakan berhasil jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik dan benar.
- 5) Kinerja merupakan kualitas dan kuantitas dalam pencapaian suatu tugas yang telah diberikan, baik dilakukan oleh individu maupun kelompok.
- 6) Kinerja berlaku sebagai fungsi antara kemampuan, motivasi, dan kesempatan. Yang berarti ketiga komponen tersebut mempunyai peran penting dalam suatu kinerja perusahaan.

Kinerja dalam organisasi merupakan sebuah jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan sebuah organisasi yang telah ditetapkan. Manajer sering tidak menyadari hal tersebut kecuali perusahaan sudah mengalami penurunan keadaan yang dialami 24 perusahaan, manajer sering tidak mengetahui betapa buruknya kinerja karyawan sehingga dapat menyebabkan terjadinya kesan buruk dalam organisasi atau perusahaan yang mengakibatkan tanda peringatan adanya kinerja perusahaan yang menurun (Jamaludin, 2017).

Penelitian Terdahulu

Di bawah ini adalah beberapa referensi hasil penelitian terdahulu dari berbagai macam literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas oleh penulis :

- 1) Pada Penelitian Borah, Iqbal dan Akhtar (2022) bertujuan untuk mengetahui pengaruh dalam penggunaan media sosial untuk melakukan inovasi serta kepemimpinan digital dalam kinerja berkelanjutan suatu UKM. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi dan kinerja UKM berkelanjutan dan kemampuan inovasi juga berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja UKM berkelanjutan.
- 2) Pada penelitian Iman (2021) telah digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Dimana penelitian tersebut bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan, menganalisis pengaruh inovasi terhadap kualitas produk, dan pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan kualitas produk sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif 27 inovasi terhadap kualitas produk dan kinerja perusahaan, serta kualitas produk mempengaruhi inovasi terhadap kinerja UKM kerupuk ikan di Kota Batam.
- 3) Pada penelitian Susdiani (2020) bertujuan untuk menganalisis efek inovasi terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis data *multiple regression*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa inovasi organisasi berpengaruh terhadap empat jenis kinerja sementara itu inovasi proses tidak mempengaruhi satupun jenis kinerja.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu metode yang telah memuat kaidah-kaidah yang bersifat ilmiah yakni pengukuran yang objektif, sistematis, konkrit, serta rasional. Dinamakan penelitian kuantitatif karena metode ini memuat penelitian yang berbentuk angka atau analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013). Jenis penelitian

yang digunakan adalah penelitian survey. Metode survey merupakan teknik penelitian yang diperlukan untuk memperoleh data yang sedang terjadi pada saat ini atau yang sudah terjadi tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, ataupun perilaku untuk menguji hipotesis dari variabel yang telah ditentukan.

Populasi dan Sampel

Populasi yaitu suatu wilayah yang tersusun dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM di kawasan Objek Wisata Rowo Jombor yang berjumlah 50.

Sampel adalah sebagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Mengingat jumlah populasi UKM di kawasan Objek Wisata Rowo Jombor kurang dari 100, maka jumlah seluruh populasi dijadikan sampel untuk dilakukannya penelitian

Jenis Pengumpulan Data

Data primer merupakan data pokok yang digunakan dalam penelitian, dimana data pokok dalam penelitian ini bersumber dari para pelaku UKM yang berada di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor. Data yang diperoleh dari para pelaku UKM adalah tentang pengaruh penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM, data tersebut diperoleh dengan cara memberikan kuesioner kepada para pelaku UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor.

Data sekunder adalah data pelengkap yang dibutuhkan dalam penelitian, dimana dimana data pelengkap dalam penelitian ini bersumber dari berbagai penelitian yang berkaitan dengan buku, jurnal, tesis, artikel, dan lain sebagainya.

Metode Pengumpulan Data

- 1) Observasi → Observasi yaitu aktivitas pengamatan yang terpusat pada suatu objek penelitian dengan memanfaatkan seluruh alat indra, dilakukannya kegiatan observasi tersebut bertujuan untuk mengamati dan meninjau secara langsung penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi.
- 2) Dokumentasi → Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang berbentuk catatan, dokumen, buku, surat kabar, atau yang lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi bagian penting untuk dikumpulkan ialah keadaan lokasi yang menjadi tempat penelitian.
- 3) Angket (kuesioner) → Angket yaitu salah satu jenis untuk melakukan pengumpulan data yang dilaksanakan melalui cara memberikan sebuah pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan masalah dan ditujukan kepada responden. Dalam penelitian ini setiap butir instrumen pertanyaan menggunakan alternatif jawaban, yaitu: a) Sangat setuju (SS) nilainya 5 b) Setuju (S) nilainya 4 c) Netral (N) nilainya 3,35 d) Tidak setuju (TS) nilainya 2 e) Sangat tidak setuju (STS) nilainya 1.

Teknik pengujian data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedasitas, dan uji multikolinearitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengumpulan Data

Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan sebuah langkah untuk menilai apakah item pertanyaan tersebut memiliki kesahihan ataupun ketepatan sehingga dapat dikatakan valid untuk melakukan penelitian yang sesungguhnya. Berikut hasil uji validitas dari ketiga variabel penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0,284	0,546	Valid
2	0,284	0,595	Valid
3	0,284	0,805	Valid
4	0,284	0,715	Valid
5	0,284	0,748	Valid
6	0,284	0,300	Valid
7	0,284	0,418	Valid
8	0,284	0,692	Valid

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 2. Hasil Validitas Variabel Kapabilitas Inovasi

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0,284	0,611	Valid
2	0,284	0,675	Valid
3	0,284	0,590	Valid
4	0,284	0,564	Valid
5	0,284	0,582	Valid
6	0,284	0,648	Valid

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel 3. Hasil Validitas Variabel Keberlanjutan Kinerja UKM

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
1	0,284	0,753	Valid
2	0,284	0,746	Valid
3	0,284	0,712	Valid
4	0,284	0,652	Valid
5	0,284	0,632	Valid
6	0,284	0,730	Valid

Sumber: Data primer diolah (2022)

Semua item pertanyaan dalam tiga variabel tersebut dapat dinyatakan valid karena, nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel (Sugiyono, 2014). Maka dari itu, semua item pertanyaan dapat digunakan sebagai media untuk mencari data dalam penelitian ini.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menjadi alat untuk menunjukkan apakah suatu instrumen cukup akurat atau tidak untuk dimanfaatkan sebagai media pengumpul data. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah *cronbach's alpha* dengan tingkat signifikansi 0,05. Sebuah butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Reliabilitas Variabel Penggunaan Media Sosial

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,724	8

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,724 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang berjumlah 8 untuk variabel penggunaan media sosial adalah reliabel.

Tabel 4. Hasil Reliabilitas Variabel Kapabilitas Inovasi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,652	6

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,652 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang berjumlah 6 untuk variabel kapabilitas inovasi adalah reliabel.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas Variabel Keberlanjutan Kinerja UKM

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,787	6

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alpha* 0,652 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang berjumlah 6 untuk variabel keberlanjutan kinerja adalah reliabel.

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Tabel 7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan Media Sosial

	<i>N</i>	<i>Range</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Variance</i>
X1.1	50	2	3	5	4,16	0,510	0,260
X1.2	50	2	3	5	4,34	0,519	0,270
X1.3	50	2	3	5	4,28	0,573	0,328
X1.4	50	3	2	5	3,88	0,849	0,720
X1.5	50	2	3	5	4,28	0,607	0,369
X1.6	50	3	2	5	3,54	0,788	0,621
X1.7	50	2	3	5	4,40	0,571	0,327
X1.8	50	2	3	5	4,18	0,560	0,314

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dapat ditarik kesimpulan dari 8 item pertanyaan pengaruh penggunaan media sosial yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keberlanjutan kinerja UKM ialah item pertanyaan no 7 yaitu “media sosial menyediakan fitur tampilan yang beragam untuk menarik perhatian konsumen” karena memiliki nilai rata-rata terbesar yakni 4,40.

Tabel 8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kapabilitas Inovasi

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
X2.1	50	2	3	5	4,26	0,527	0,278
X2.2	50	1	4	5	4,46	0,503	0,253
X2.3	50	3	2	5	3,88	0,718	0,516
X2.4	50	2	3	5	4,28	0,536	0,287
X2.5	50	2	3	5	3,88	0,594	0,353
X2.6	50	2	3	5	4,26	0,527	0,278

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dapat ditarik kesimpulan dari 6 item pertanyaan kapabilitas inovasi yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keberlanjutan kinerja UKM ialah item pertanyaan no 2 yaitu “Meningkatkan nilai produk UKM bagi konsumen” karena memiliki nilai rata-rata terbesar yakni 4,46.

Tabel 9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keberlanjutan Kinerja UKM

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y1.1	50	1	4	5	4,20	0,404	0,163
Y1.2	50	2	3	5	4,08	0,601	0,361
Y1.3	50	2	3	5	4,18	0,482	0,232
Y1.4	50	2	3	5	4,22	0,545	0,298
Y1.5	50	2	3	5	3,98	0,428	0,183
Y1.6	50	1	4	5	4,22	0,418	0,175

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dapat ditarik kesimpulan dari 6 item pertanyaan keberlanjutan kinerja UKM yang memiliki pengaruh paling tinggi terhadap keberlanjutan kinerja UKM item pertanyaan no 4 “meningkatkan penjualan produk” dan 6 “UKM kami meminimalkan dampak lingkungan dari produk” karena memiliki nilai rata-rata terbesar yakni 4,22.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas menjadi alat untuk menguji apakah data variabel *independen* dan data variabel *dependen* dalam persamaan regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Data tersebut dikatakan normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 dan dikatakan tidak normal jika memiliki nilai signifikansi < 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas dari penelitian ini:

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean
	0,0000000

		<i>Unstandardized Residual</i>
	<i>Std. Deviation</i>	1,42263677
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,148
	<i>Positive</i>	0,148
	<i>Negative</i>	-0,084
<i>Test Statistic</i>		0,148
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,008 ^c
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	<i>Sig.</i>	,204 ^d
	<i>99% Confidence Interval</i>	
	<i>Lower Bound</i>	0,194
	<i>Upper Bound</i>	0,214

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction
- d. Bases on 10000 sampled tables with starting seed 2000000

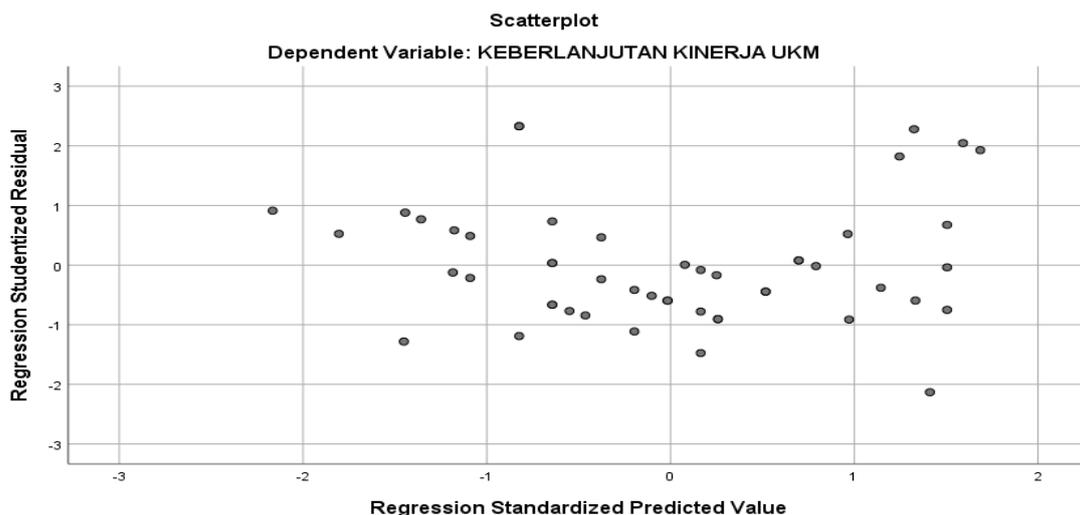
Sumber: Data primer diolah (2022)

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan nilai signifikansi dengan menggunakan pendekatan *monte carlo* sebesar 0,204. Maka dapat diartikan bahwa variabel penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi terhadap variabel keberlanjutan kinerja UKM tersebut berdistribusi normal karena $0,204 > 0,05$.

Uji Heterokedasitas

Uji Heteroksiditas memiliki tujuan untuk menguji sebuah data penelitian, apakah data tersebut mengalami ketidakcocokan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroksiditas



Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan gambar di atas, dapat diartikan bahwa tidak terdapat suatu pola yang menggambarkan data menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dari itu hasil yang terdapat dalam model penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki fungsi untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel independen atau variabel bebas di dalam suatu data penelitian.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardised Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	0,260	0,096	0,328	2,717	0,009	0,531	1,883
KAPABILITAS INOVASI	0,385	0,137	0,394	2,806	0,007	0,531	1,883

a. *Dependent Variable:* KEBERLANJUTAN KINERJA UKM

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diartikan bahwa nilai tolerance dari variabel penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi > 0,10 dan VIF < 10. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Berganda

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda tersebut bertujuan untuk dapat mengukur hubungan antara variabel 1 dengan yang lainnya serta membuktikan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial (X1), kapabilitas inovasi (X2), dan keberlanjutan kinerja UKM (Y). berikut ini adalah tabel hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardised Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	0,260	0,096	0,328	2,717	0,009
KAPABILITAS INOVASI	0,385	0,137	0,394	2,806	0,007

a. *Dependent Variable:* KEBERLANJUTAN KINERJA UKM

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil dari uji regresi linear berganda diatas, dapat diartikan bahwa persamaan dalam penelitian tersebut sebagai berikut:

$$Y = 6,639 + 0,260 X1 + 0,386 X2$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda di, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,639 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai dalam penggunaan media sosial adalah 6,639
2. Nilai koefisien regresi X1 memiliki nilai sebesar 0,260 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel penggunaan media sosial akan meningkatkan variabel keberlanjutan kinerja sebesar 0,260.
3. Nilai koefisien regresi X2 memiliki nilai sebesar 0,385 dimana nilai tersebut menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan 1 satuan pada variabel kapabilitas inovasi maka akan meningkatkan nilai keberlanjutan kinerja UKM sebesar 0,385.

Uji T

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan melihat dari nilai statistik T, perhitungan statistik dikatakan signifikan jika nilai uji memiliki nilai signifikan $< 0,05$. Berikut hasil uji T dalam penelitian ini:

Tabel 13. Hasil Uji T

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardised Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
	<i>(Constant)</i>	6,639	2,640			
PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	0,260	0,096	0,328		2,717	0,009
KAPABILITAS INOVASI	0,385	0,137	0,394		2,806	0,007

a. *Dependent Variable* : KEBERLANJUTAN KINERJA UKM

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi dari penggunaan media sosial sebesar 0,009 dan nilai kapabilitas inovasi sebesar 0.007. kedua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka dari itu dapat dikatakan bahwa kedua variabel tersebut dinyatakan signifikan.

Uji F

Uji F memiliki fungsi untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji F:

Tabel 14. Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Sum Of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	102,109	2	51,055	24,196	.000 ^b
1 <i>Residual</i>	99,171	47	2,110		
Total	201,280	49			

a. *Dependent Variable* : KEBERLANJUTAN KINERJA UKM

b. *Predictors*: (*Constant*), KAPABILITAS INOVASI, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dilihat dari tabel di atas nilai signifikansi F dari variabel penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi dalam penelitian ini sebesar 0,000. Dapat dikatakan bahwa variabel penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi mempengaruhi variabel keberlanjutan kinerja UKM, karena nilai signifikansi $F < 0,05$.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran yang menjelaskan besarnya pengaruh independen terhadap variabel dependen. Memiliki nilai kisaran koefisien antara 0-100. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,712 ^a	0,507	0,486	1,453

a. Predictors: (Constant), KAPABILITAS INOVASI, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
 b. Dependent Variable : KEBERLANJUTAN KINERJA UKM

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai R atau korelasi memiliki nilai sebesar 0,712, sedangkan nilai *R square* 0,507. Dapat diartikan bahwa pengaruh variabel penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi mempengaruhi variabel keberlanjutan kinerja UKM sebesar 50,7%, sedangkan 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial dan kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM. Peneliti membagikan kuesioner kepada 50 pelaku UKM sebagai responden untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini. Seperti Penelitian yang dilakukan oleh Borah, Iqbal dan Akhtar (2022) mengungkapkan bahwa, penggunaan media sosial ketika dimediasi oleh kemampuan inovasi dan dimoderasi oleh kepemimpinan digital dapat meningkatkan keberlanjutan kinerja UKM.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan *IBM SPSS 26* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,009 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan kinerja UKM. Pengaruh penggunaan media sosial dapat diukur dari pemahaman menggunakannya untuk berbagi informasi, branding, promosi, dan hubungan konsumen dan produsen mengenai keberlanjutan kinerja UKM. Media sosial yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis ialah *Facebook*, *Whats.App*, *Instagram*, dan *TikTok*.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan *IBM SPSS 26* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,007 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh

terhadap keberlanjutan kinerja UKM. Kapabilitas inovasi mempunyai efek langsung dan tidak langsung yang signifikan pada peningkatan keberlanjutan kinerja UKM. Kapabilitas inovasi juga mengacu pada kecenderungan bisnis untuk mengadopsi ciptaan baru atau teknologi yang lebih awal dibandingkan dengan yang lain, hal ini juga diartikan sebagai mengadopsi perilaku ataupun ide yang terkait dengan produk atau layanan yang baru bagi sebuah bisnis.

KETERBATASAN PENELITIAN

Karena adanya keterbatasan waktu, penelitian ini hanya dilakukan di sekitar Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor dan ditujukan kepada para pelaku bisnis sebagai responden dalam penelitian. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas objek penelitian.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel penelitian yang dapat mempengaruhi keberlanjutan kinerja UKM, serta memperluas objek penelitian. Bagi para pelaku bisnis, Sosialisasi pemanfaatan teknologi seperti penggunaan media sosial dikalangan masyarakat terutama pelaku bisnis perlu ditingkatkan, karena masih terdapat kekurangan pelaku bisnis yang memanfaatkan media sosial secara maksimal. Selain itu, pelaku bisnis diharapkan mampu lebih meningkatkan pengetahuan dalam memanfaatkan media sosial serta melakukan berbagai macam kapabilitas inovasi untuk menunjang atau meningkatkan keberlanjutan kinerja UKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberlanjutan kinerja UKM di Objek Wisata Rowo Jombor. Pengaruh penggunaan media sosial dapat diukur dari pemahaman menggunakannya untuk berbagi informasi, *branding*, promosi, dan hubungan konsumen dan produsen mengenai keberlanjutan kinerja UKM.

Selain itu, terdapat pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keberlanjutan kinerja UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor, hasil tersebut dapat dilihat dari pengujian variabel kapabilitas inovasi. Kapabilitas inovasi mempunyai efek pada kecenderungan bisnis untuk mengadopsi ciptaan baru atau teknologi yang lebih awal dibandingkan dengan yang lain, hal ini juga diartikan sebagai mengadopsi perilaku ataupun ide yang terkait dengan produk atau layanan yang baru bagi sebuah bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Borah, P.S., Iqbal, S. dan Akhtar, S. (2022) "Linking social media usage and SME's sustainable performance: The role of digital leadership and innovation capabilities," *Technology in Society*, 68(January), hal. 101900. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101900>.
- Chege, S.M. dan Wang, D. (2020) "The influence of technology innovation on SME performance through environmental sustainability practices in Kenya," *Technology in Society*, 60, hal. 101210. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101210>.

- Fang, G.G. *et al.* (2021) “Effects of entrepreneurial orientation, social media, and innovation capabilities on SME performance in emerging countries: a mediated–moderated model,” *Technology Analysis and Strategic Management*, 34(11), hal. 1–13. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1957816>.
- Gayrard, P., Orhhek, J. dan Charpin, J. (1972) “Influence de la valeur fonctionnelle de départ sur l’effet bronchodilatateur d’un stimulant bêta-adrénérique dans fasthme,” *Respiration*, 29(3), hal. 247–256. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1159/000192893>.
- Hair, J.F. *et al.* (2018) “The Results of PLS-SEM Article information,” *European Business Review*, 31(1), hal. 2–24.
- Hendratmoko (2021) “Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia,” *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship*, 2(1), hal. 251–266. Tersedia pada: <https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/jobs/article/view/1782>.
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F. dan Knight, G.A. (2004) “Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance,” *Industrial Marketing Management*, 33(5), hal. 429–438. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2003.08.015>.
- Iman, A.N. (2021) *Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Ukm Kerupuk Ikan Di Kota Batam)*. Universitas Islam Indonesia. Tersedia pada: <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/36218>.
- Jamaludin, A. (2017) “Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT.Kaho Indah Citra Garment Jakarta,” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 3(3), hal. 161–169. Tersedia pada: <https://doi.org/10.30998/jabe.v3i3.1767>.
- Jussila, J.J., Kärkkäinen, H. dan Aramo-Immonen, H. (2014) “Social media utilization in business-to-business relationships of technology industry firms,” *Computers in Human Behavior*, 30, hal. 606–613. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.047>.
- Mention, A.L., Barlatier, P.J. dan Jossierand, E. (2019) “Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation,” *Technological Forecasting and Social Change*, 144, hal. 242–250. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.03.003>.
- Nursam, N. (2017) “Manajemen Kinerja,” *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), hal. 167–175. Tersedia pada: <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.438>.
- Pemerintah Pusat (2002) *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi*, JDIIH BPK RI Database Peraturan. Indonesia: JDIIH BPK RI Database Peraturan. Tersedia pada: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/44462>.
- Podsakoff, P.M. *et al.* (2003) “Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies,” *Journal of Applied Psychology*, 88(5), hal. 879–903. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>.
- Puriwat, W. dan Tripopsakul, S. (2021) “Explaining social media adoption for a business purpose: An application of the utaut model,” *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), hal. 1–13. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/su13042082>.
- Purwantini, A.H. dan Anisa, F. (2018) “Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi UKM dan

- Dampaknya Terhadap Kinerja,” in *Proceeding of The 7th University Research Colloquium 2018: Bidang Sosial Ekonomi dan Psikologi*. Surakarta: STIKES PKU Muhammadiyah Surakarta, hal. 304–314. Tersedia pada: <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/75>.
- Sari, A.C. *et al.* (2018) “Komunikasi dan Media Sosial,” *Jurnal The Messenger*, 3(2), hal. 69. Tersedia pada: https://www.researchgate.net/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujatna (2019) “Inovasi Pengembangan Manajemen Kinerja Perpustakaan,” *MADIKA: Media Informasi dan Komunikasi*, 5(2), hal. 13–21. Tersedia pada: <https://ejournal.perpusnas.go.id/md/article/view/689>.
- Susdiani, L. (2020) “Analisis Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Pada Industri Kreatif Di Kota Padang,” *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), hal. 450–465. Tersedia pada: <https://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/article/view/758>.
- Tajudeen, F.P., Jaafar, N.I. dan Ainin, S. (2018) “Understanding the impact of social media usage among organizations,” *Information and Management*, 55(3), hal. 308–321. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.im.2017.08.004>.