

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial Di Kota Medan

Adisty Anggraini¹, Zuhrial M Nawawi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

adistyyagr@gmail.com, zuhrial.nawawi@gmail.com

ABSTRACT

This examination was expected to research the impact of the utilization of virtual entertainment, imagination, and business capital on the supportability of the Millennial Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) business in Kota Medan. All SMEs in Kota Medan were picked as the populace and 73 respondents were utilized in this examination. Information was tried through a few cycles, for example, legitimacy test, dependability tests, the exemplary supposition test as the ordinariness test, heteroscedasticity test and multicollinearity test. For testing the speculation, numerous straight relapse examination with the assistance of SPSS Statistics 20 For Windows programming. The consequences of this study show that, (1) the utilization of web-based entertainment meaningfully affects Millennial SMEs business supportability, (2) innovativeness has a positive and massive impact towards Millennial SMEs business manageability, and (3) business capital has a positive and tremendous impact towards Millennial SMEs business maintainability.

Keywords: Utilization of Social Media, Creativity, Business Capital, and Business Sustainability.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Milenial di Kota Medan. Seluruh UMKM di Kota Medan dipilih menjadi populasi penelitian, dan sampel yang digunakan sebanyak 73 responden. Data diuji melalui beberapa proses seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas. Untuk pengujian hipotesis, analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS Statistics 20 For Windows digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, (2) kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, dan (3) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial.

Kata kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, Modal Usaha, dan Keberlanjutan Bisnis.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

UMKM dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang bisa dilakukan dimanapun serta siapapun dapat melakukannya. Internet dan berbagai platform daring (online) terutama media sosial, memfasilitasi bisnis yang memungkinkan usaha rumahan, usaha kecil dan menengah dapat menarik konsumen lebih banyak, alhasil siapa pun dapat melakukan bisnis dengan harga pemasaran yang sangat murah dan terjangkau (Kordi, 2020). Dikutip dari salah satu website resmi (Liputan6.com, 2019), menjelaskan bahwa e-commerce mendorong Generasi Milenial untuk menjadi wirausahawan baru, yang mana untuk mendukung Generasi Milenial menjadi wirausahawan baru, digelar kegiatan Workshop. Hal tersebut menggambarkan jika pelaku UMKM yang merupakan generasi milenial cukup banyak, terutama pelaku usaha UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk menjalankan usahanya. Pentingnya pemberian dorongan menjadi pelaku bisnis kepada Generasi Milenial karena mereka berpotensi besar dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia dan juga diprediksi 70% jumlah populasi di Tanah Air 2030 mendatang akan didominasi oleh Generasi Milenial (proxsisgroup.com, 2018).

Pada wilayah Kota Medan, dari tahun 2014 sampai dengan 2018 terdapat peningkatan garis kemiskinan yang dapat dilihat dari bertambahnya garis kemiskinan di tiap tahunnya yaitu sebanyak 306.221 (2014), 327.357 (2015), 350.902 (2016), 372.399 (2017), 395.578 (2018). Jadi, dapat disimpulkan bahwa garis kemiskinan meningkat tiap tahunnya.

Namun, dari peningkatan garis kemiskinan tersebut justru menunjukkan penurunan persentase penduduk miskin di Kota Medan. Suryamin (2016), menduga adanya kenaikan atau perluasan garis kemiskinan karena adanya kebutuhan akan pertukaran untuk penyebaran barang-barang dari masyarakat perkotaan ke kota-kota yang menyebabkan kenaikan pajak. Perluasan garis kemiskinan yang berbanding terbalik dengan tingkat tingkat kebutuhan, menunjukkan bahwa daerah setempat dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya melebihi garis kebutuhan yang ditetapkan sejak mereka menyelesaikan suatu pergerakan usaha. Meski demikian, penurunan tingkat kemiskinan di Kota Medan masih cukup tinggi.

Dari perluasan garis kemiskinan tentu menjadi pemikiran para pelaku bisnis dalam membina usahanya, dan disadari bahwa kenaikan harga pokok produk dapat memperluas garis kemiskinan. Selain itu, garis kemiskinan juga dapat mencerminkan jumlah pengangguran yang ada. Karena para

pengangguran yang tidak pernah mendapatkan upah (dari pekerjaan), jelas mereka tidak dapat mengatasi masalah mereka dan inilah yang menyebabkan tingkat kemiskinan, khususnya di kota Medan, yang masih lebih tinggi dari tingkat kebutuhan di kota. daerah Bali. Orang-orang yang lebih suka tidak memikirkan cara-cara untuk mendapatkan upah tambahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka adalah salah satu variabel yang mempengaruhi peningkatan jumlah pengangguran dan kebutuhan. Ini pasti akan menjadi pertanyaan, terkait dengan pengelolaan tindakan bisnis mengingat rendahnya daya beli individu karena kebutuhan. Perlambatan perputaran modal tersebut disebabkan oleh rendahnya daya beli individu, mengingat tingkat kebutuhan di Kota Medan terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2018.

TINJAUAN LITERATUR

- a) Keberlanjutan Usaha Keberlanjutan Usaha dicirikan sebagai ide yang signifikan dalam menentukan pilihan dalam memimpin laporan tahunan terkait dengan pengelolaan kegiatan organisasi pembukuan biasa (Sari, 2018). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) gagasan tentang maintainability belum ditemukan. Sesuai Bansal dan Jardine (2014) dalam artikel mereka yang berjudul Ketahanan bisnis: Akhirnya, mereka menyatakan bahwa daya dukung bisnis adalah upaya untuk membuat apa pun yang diperlukan dapat dipenuhi tanpa kehilangan kapasitas orang di masa depan, dan pengelolaan mengharapkan untuk mendapatkan nilai antara usia.
- b) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha mikro menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 dicirikan sebagai "usaha keuangan yang bermanfaat, baik yang dikerjakan oleh orang atau badan usaha perorangan yang memiliki batas total aset lima puluh juta rupiah tanpa termasuk sumber daya tanah dan struktur tempat usaha, dan menghasilkan batas transaksi sebesar 300.000.000 rupiah setiap tahun". Usaha swasta seperti yang ditunjukkan oleh UU no. 20 Tahun 2008 dicirikan sebagai "usaha moneter yang bermanfaat yang dikerjakan oleh orang-orang atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari organisasi kecil dan besar dan yang memiliki sumber daya lebih dari lima puluh juta rupiah dengan pembatasan paling ekstrim sebesar 500.000.000 rupiah kecuali daerah dan sumber daya bangunan dimana bisnis, atau membuat 300.000.000 rupiah dan batas dua miliar 500.000.000 rupiah dalam transaksi setiap tahun". Upaya sedang sebagaimana dimaksud dalam UU no. 20

Tahun 2008 dicirikan sebagai “usaha moneter yang bermanfaat yang dikerjakan oleh orang-orang atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari organisasi kecil dan besar dan yang mempunyai sumber daya lebih dari Rp500.000.000,00 dengan batasan paling banyak sepuluh miliar rupiah, kecuali sumber daya tanah dan bangunan untuk tempat usaha, atau menghasilkan dua miliar 500.000.000 rupiah dan batas lima puluh miliar rupiah dalam transaksi setiap tahun”.

- c) Generasi Milenial Kemajuan teknologi dan informasi, Terlebih lagi, aksesibilitas peluang keputusan dan artikulasi menyebabkan Milenial berkembang tanpa syarat untuk menjadi apa pun yang mereka inginkan dalam suasana yang positif. Perubahan pola pikir wali masa kini yang lebih mantap merupakan variabel yang sangat berperan dalam perkembangan usia bebas (Melani, 2018). Dikutip dari (Republika, 2016), “satu istilah lagi untuk Generasi Milenial atau usia Y, untuk lebih spesifik usia saya atau gaung boomer”. Pada dasarnya, tidak ada penelitian khusus yang ditemukan sehubungan dengan jaminan kelompok usia, tetapi mereka diatur berdasarkan tahun-tahun awal dan akhir oleh para ahli. Mereka yang lahir pada tahun 1980 – 1990, atau pada pertengahan tahun 2000 dan masa lampau disebut sebagai Generasi Y. Generasi Milenial saat ini dikenal dengan usia “No Gadget, No Life” yang dalam menyelesaikan latihan sehari-hari mereka, Generasi Milenial umumnya menggunakan penyempurnaan mekanis. , baik di bidang pelatihan maupun di tempat kerja (Wijayanti, 2018).
- d) Pemanfaatan Media Sosial Media sosial diartikan sebagai media yang digunakan oleh setidaknya dua individu, dalam berkolaborasi di web (Permana, 2018). Menurut Henderi, dkk dalam Purbohastuti (2017) menyatakan bahwa hiburan online adalah bantuan elektronik yang memberikan kesempatan potensial kepada kliennya untuk membongkai profil publik atau semi-publik dalam kerangka terbatas, mengawasi dengan siapa mereka berinteraksi, dan menyelidiki rundown asosiasi dengan orang lain yang dibuat. oleh kerangka kerja.
- e) e) Kreativitas Setiap orang pasti memiliki imajinasi dalam dirinya, meskipun dengan berbagai cara. Menurut Widayatun dalam Putri (2019), “imajinasi adalah kapasitas tunggal untuk mengurus masalah, yang dapat mendukung produksi pemikiran yang berbeda, baik pemikiran unik atau pemikiran dari variasi yang berharga untuk pergantian peristiwa individu”. Sementara itu, menurut Semiawan

dalam Putri (2019), "imajinasi adalah kemampuan yang dapat membuat pemikiran baru dan menerapkannya dalam menangani suatu masalah". informasi tinggi, dan suka mencari perjumpaan baru dalam kondisi baru.

- f) Modal Usaha Modal adalah sesuatu yang diperlukan oleh suatu substansi usaha dalam menghimpun dana fungsional, dari dasar suatu unsur usaha sampai dengan kegiatan suatu unsur usaha. Modal bukan hanya sekedar uang tunai, namun modal juga merupakan keahlian yang dimiliki seseorang dalam bidang usaha yang digelutinya. Modal juga sering disebut modal, dimana tanpa modal suatu tindakan bisnis atau usaha tidak akan berjalan seperti yang diharapkan. (Darsono, 2006). Ditinjau dari pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Nugraha (2011), "modal usaha adalah segala jenis uang yang dijadikan sebagai pokok dalam mempertukarkan, melaksanakan, dsb, dan merupakan barang milik yang dapat menciptakan sesuatu sehingga kelimpahan dapat meningkat." Berdasarkan sumbernya, ada dua macam modal, yaitu modal dari dalam organisasi yang dihasilkan oleh pelaku bisnis itu sendiri (dalam) dan modal dari luar organisasi, seperti memperoleh uang tunai dari lembaga keuangan (luar).

Rumusan Masalah

- 1) Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kota Medan?
- 2) Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kota Medan ?
- 3) Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kota Medan?

Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kota Medan .
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kota Medan.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kota Medan.

Pengembangan Hipotesis

- 1) Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM Kusumawardhany (2018), menemukan adanya peningkatan kinerja inovasi dikarenakan meningkatnya kapasitas absorptive pada UMKM melalui situs jejaring sosialnya. Kinerja inovasi yang baik dapat menjaga keberlanjutan usaha. Hasil penelitian lainnya oleh Purwantini (2018) menyatakan bahwa penggunaan media social berdampak positif pada kinerja baik keuangan seperti penjualan maupun non-keuangan seperti layanan pelanggan, operasi internal, dan pemasaran. Hasil penelitian oleh Hadiana (2017), menyatakan hal yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu media sosial berpengaruh positif terhadap strategi bisnis UMKM, serta dengan berkembang pesatnya internet khususnya media sosial sangat membantu para pengusaha baru UMKM. Berdasarkan pemaparan diatas, terbentuklah hipotesis pertama dari penelitian ini yakni :

H1: Pemanfaatan Media Sosial memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM.

- 2) Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM Penemuan Rahman (2015) terkait adanya pengaruh positif yang diberikan oleh tingkat kreativitas pada keberhasilan usaha itu sendiri dikarenakan tumbuhnya kepercayaan diri yang mampu menghilangkan rasa takut gagal dalam menjalankan usaha dan adanya nilai tambah yakni keberhasilan memasuki kategori pasar sebagai produk kreatif terpercaya. Hasil penelitian dari Apriani (2019) menyatakan keberlanjutan usaha UMKM juga dipengaruhi secara positif oleh kreativitas. Adapun hasil penelitian lain yang berpendapat sama yaitu hasil penelitian dari Rinto (2019), yang menemukan adanya pengaruh positif antara kreativitas dengan keberlanjutan usaha. Berdasarkan pemaparan diatas, terbentuklah hipotesis kedua dari penelitian ini yakni :

H2: Kreativitas memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM

- 3) 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. Amarul (2018) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh positif modal usaha

terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Dalam penelitiannya, menjelaskan bahwa modal usaha yang ada dapat berkontribusi pada kelancaran usaha sehingga pengembangan modal pun terjadi melalui proses kegiatan usaha. Berdasarkan pemaparan uraian diatas, hipotesis ketiga yang diajukan yaitu :

H3: Modal memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian kuantitatif, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dan hasil analisisnya bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirancang (Sugiyono, 2010).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. Jenis sumber data yang digunakan yakni data primer. Uji validitas, realibilitas, serta metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji kualitas data. Adapun analisis determinasi yang digunakan dalam menganalisis data, dan uji t untuk menguji hipotesisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejumlah 88 kuesioner disebar kepada 88 responden dan kembali dengan jumlah 73 responden. Maka dari itu, tingkat pengembalian kuesioner penelitian (response rate) yaitu menunjukkan angka 83%. Dari 73 kuesioner penelitian yang kembali, semua kuesioner tersebut memenuhi syarat dan dapat dianalisis, serta kuesioner yang dapat diolah untuk dianalisis yaitu sejumlah 73 kuesioner. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel pemanfaatan media sosial memiliki skor minimum 33 dan skor maksimum 50. Skor rata-rata yang didapat yaitu 42,27 dengan standar deviasi (SD) senilai 4,51. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap pemanfaatan media social dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata. Variabel kreativitas mempunyai skor minimum 18 dan skor maksimum 30. Rerata skor senilai 25,59 dengan SD senilai 3,15. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap kreativitas dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata. Variabel modal usaha memiliki skor minimum

20 dan maksimum 55. Rerata skor 40,58 dengan SD senilai 7,10. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap modal usaha dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata. Variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial memiliki skor minimum 13 dan maksimum 25. Rerata skor senilai 20,21 dengan SD senilai 2,71. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap keberlanjutan bisnis dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata. Hasil uji statistik deskriptif dipaparkan dalam Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

| Variabel | Minimum | Maksimum | Rata-rata | Standar Deviasi |
|----------------|---------|----------|-----------|-----------------|
| X ₁ | 33 | 50 | 42,27 | 4,51 |
| X ₂ | 18 | 30 | 25,59 | 3,15 |
| X ₃ | 20 | 55 | 40,58 | 7,10 |
| Y | 13 | 25 | 20,21 | 2,71 |

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Validitas didefinisikan sebagai tingkat keakuratan suatu penelitian yang menunjukkan kebenaran walaupun responden yang dijadikan objek penelitian berbeda. Dibandingkan r-hitung dengan r-tabel untuk degree of freedom (df) = n-2. "Indikator atau pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05, begitupun sebaliknya" (Ghozali, 2011). Setelah diuji validitasnya, bisa dilihat adanya nilai signifikansi Sig.(2-tailed) untuk semua item di bawah $\alpha = 0,05$ yang berarti seluruh item pernyataan pada kuesioner untuk semua variabel dinyatakan valid.

Ghozali (2011) menyatakan bahwa "uji reliabilitas digunakan sebagai pengukur suatu kuesioner yang mana merupakan indikator dari suatu variabel yang bersifat reliabel apabila nilai Cronbach Alpha melebihi 0,70". Setelah diuji reliabilitasnya, ditemukan nilai variabel pemanfaatan media sosial 0,923 >0,70, variabel kreativitas 0,936 >0,70, variabel modal usaha 0,896 >0,70, dan variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial 0,885 >0,70. Jadi, dapat disimpulkan Alpha Cronbach dari semua variabel melebihi 0,70.

Adapun tujuan pengujian normalitas yakni untuk mengetahui ada atau tidaknya sebaran data dari model regresi variabel terikat dan variabel bebas. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dijadikan sebagai uji normalitas

dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji normalitas, menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yakni 0,437 yang melebihi 0,05 sehingga terlihat bahwa data terdistribusi dengan normal. Pada Tabel 2 berikut ini akan ditampilkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

| <i>Unstandardized Residual</i> | | |
|---------------------------------|----------------------|------------|
| N1 | | 73 |
| <i>Normal Parameters</i> | <i>Mean</i> | 0,0000000 |
| | <i>Std.Deviation</i> | 1,79525054 |
| <i>Most Extreme Differences</i> | <i>Absolute</i> | 0,102 |
| | <i>Positive</i> | 0,073 |
| | <i>Negative</i> | -0,102 |
| <i>Kolmogorov-Smirnov Z</i> | | 0,869 |
| <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> | | 0,437 |

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Dilakukannya uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mencari tahu adanya hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya. Dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada semua variabel, menunjukkan bahwa semuanya bernilai lebih dari 0,10 yakni pemanfaatan media social sebanyak 0,749, kreativitas sebanyak 0,522 > 0,10, dan modal usaha sebanyak 0,65. Sedangkan untuk rincian nilai VIF masing-masing variabel mempunyai nilai kurang dari 10 diantaranya, pemanfaatan media sosial sebanyak 1,335, kreativitas sebanyak 1,917, dan modal usaha 1,523. Jadi, dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas dan terikat mengalami korelasi yang lemah namun tidak mengalami multikolinearitas.

Menurut Gozali (2011), Uji heteroskedastisitas “berfungsi menguji ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan yang lainnya”. Sig. antara variabel bebas dengan absolute residual (ABS) melalui pengujian heteroskedastisitas, dapat diketahui melebihi 0,05 dengan rincian pemanfaatan media sosial (X1) 0,122 > 0,05, variabel kreativitas (X2) 0,274 > 0,05, dan variabel modal usaha (X3) 0,483 > 0,05. Nilai probabilitas signifikansi dari semua variabel independen melebihi 0,05, sehingga bisa diketahui bahwa

model regresi yang digunakan tidak menimbulkan gejala heteroskedastisitas.

Sugiyono (2010) menyatakan “adanya pengaruh antar dua variabel atau lebih bisa diketahui melalui analisis regresi linier berganda”. Pengujian variabel ditempuh melalui regresi linier dengan menjadikan pemanfaatan media sosial sebagai X1, kreativitas sebagai X2 dan modal usaha sebagai X3 dan keberlanjutan bisnis UMKM Milenia sebagai Y. Setelah pengujian didapatkan hasil seperti yang tertera pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | -0,365 | 2,251 | | -0,162 | 0,872 |
| | X ₁ | 0,244 | 0,055 | 0,406 | 4,410 | 0,000 |
| | X ₂ | 0,218 | 0,095 | 0,253 | 2,294 | 0,025 |
| | X ₃ | 0,115 | 0,038 | 0,301 | 3,060 | 0,003 |

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Dari table di atas persamaan regresi yang terbentuk yaitu : $Y = -0,365 + 0,244X_1 + 0,218X_2 + 0,115X_3 + \epsilon$. Variabel pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), modal usaha (X3) bernilai konstan ditandai dengan nilai -0,365 tersebut, yang menyebabkan variabel kualitas laporan keuangan (Y) memiliki nilai -0,365 satuan.

Regresi X1 berkoefisien positif sebanyak 0,244 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh pemanfaatan media sosial (X1) pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,244 apabila pemanfaatan media sosial (X1) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Regresi X2 berkoefisien positif sebanyak 0,218 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh kreativitas pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,218 apabila kreativitas (X2) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Regresi X3 berkoefisien positif sebanyak 0,115 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh modal usaha (X3) pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,115 apabila modal usaha (X3) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Uji t dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha = 0,05$), digunakan untuk menentukan analisis pengaruh pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3) terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y). Hasil pengujiannya bisa dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t

| Variabel | Prob Sig | | | | |
|----------|----------|---------|-------|----------------|------------|
| | t hitung | t tabel | Sig. | $\alpha = 5\%$ | Keterangan |
| X1 | 4,410 | 1,997 | 0,000 | 0,05 | Signifikan |
| X2 | 2,294 | 1,997 | 0,025 | 0,05 | Signifikan |
| X3 | 3,060 | 1,997 | 0,003 | 0,05 | Signifikan |

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan pada Tabel 4, menandakan nilai t-hitung X1 melebihi t-tabel ($4,410 > 1,997$) serta signifikansinya bernilai $0,000 < 0,05$ yang bisa diartikan H1 diterima yakni pemanfaatan media sosial (X1) berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y). Nilai t-hitung X2 melebihi t-tabel ($2,294 > 1,997$) serta signifikansinya bernilai $0,025 < 0,05$ yang bisa diartikan H2 diterima sehingga keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dipengaruhi oleh kreativitas (X2).

Nilai t-hitung X3 melebihi t-tabel ($3,060 > 1,997$) serta signifikansinya bernilai $0,003 < 0,05$ yang bisa diartikan H3 diterima yang artinya modal usaha (X3) memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y).

Pengaruh yang diberikan variabel variabel X pada variabel Y didapatkan melalui uji koefisien determinasi dengan nilai Adjusted R Square. Dapat diketahui Adjusted R Square 0,543 yang artinya 54,3% keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) mendapat pengaruh dari pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3), untuk 45,7% dipengaruhi faktor luar.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

| <i>Model</i> | <i>R</i> | <i>R Square</i> | <i>Adjusted R Square</i> | <i>Std. Error of the Estimate</i> |
|--------------|--------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 | 0,750 ^a | 0,562 | 0,543 | 1,834 |

(Sumber1: data primer diolah, 2020)

Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa dilihat nilai t-hitung X1 melebihi t-tabel (4,410 > 1,997) serta signifikansinya bernilai 0,000 yang melebihi 0,05 sehingga H1 diterima yang artinya variabel pemanfaatan media sosial (X1) berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y).

Hal yang lumrah jika Saat ini, pengusaha Milenial memanfaatkan hiburan berbasis web dengan sangat baik dalam memajukan produk atau layanan mereka. Sesuai Huda (2018), dalam artikelnya, ia mengungkapkan bahwa usia muda saat ini dapat menjadi pebisnis melalui hiburan online sebagai cara untuk melakukan kemajuan. Dari kemajuan yang telah dilakukan melalui hiburan virtual, klien hiburan online lainnya akan mulai melihat atau jika tidak ada yang melihat dan mengetahui apa yang diiklankan. Biasanya promosi yang dilakukan dikemas semenarik mungkin untuk memancing pembeli potensial untuk berhenti di sudut penawaran, misalnya menggunakan salah satu hiburan online, khususnya Instagram, yang sangat terkenal. Motivasi di balik kemajuan ini adalah untuk meningkatkan kesepakatan. Dari ekspansi dalam kesepakatan, itu pasti akan mempengaruhi pengelolaan bisnis.

Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa diketahui thitung X1 senilai 2,294 melebihi t-tabel senilai 1,997 dengan signifikansinya yakni sebanyak 0,025 yang melebihi 0,05 dan berarti H2 diterima. Hal tersebut menunjukkan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dipengaruhi secara positif oleh kreativitas (X2).

Tentu, dalam sebuah usaha pasti ada sebuah persaingan antar pelaku bisnis UMKM Milenial. Yang mana, persaingan ini justru biasanya akan mendorong para pelaku usaha untuk melakukan peningkatan mutu produk maupun jasa yang mereka punya sehingga memberikan nilai tambah dan daya saing yang lebih kuat yang

akan membuat bisnis tetap berlanjut. Setiap individu memiliki tingkat kreativitas yang berbeda-beda, tergantung dari kemampuan masing-masing individu tersebut. Dari kreativitas yang tinggi, akan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha yang mampu meningkatkan rasa percaya diri terhadap persaingan dan mampu menepis perasaan takut gagal dalam menjalankan kegiatan usaha.

Modal Usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa dilihat nilai t-hitung X_3 melebihi t-tabel (3,060 > 1,997) serta signifikansinya bernilai $0,003 < 0,05$ yang berarti H_3 diterima sehingga keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dipengaruhi secara positif oleh modal usaha (X_3).

Besarnya suatu usaha tidak luput dari seberapa besar modal yang dimiliki. Untuk situasi ini, jelas, modal sangat persuasif dalam penilaian bisnis sehingga dapat terus berkembang. Modal yang memuaskan dapat menopang kemajuan usaha sesuai tujuan. Dengan cara ini, kemampuan untuk mengawasi modal dengan baik, terutama dalam memutuskan berapa banyak aset yang dikeluarkan untuk setiap area, sangat penting dalam mempertahankan bisnis. Latihan fungsional juga sebagai kelancaran kemajuan bisnis tidak dapat dipisahkan dari bantuan modal saat ini. Jadi modal merupakan komponen penting yang dapat meningkatkan gaji melalui pengembangan usaha yang dilakukan, sebagai bentuk menjaga kelangsungan usaha yang dijalankan.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka implikasi penelitian ini yaitu; (1) Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial dapat mengembangkan wawasan terkait pemanfaatan media sosial, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan para pelaku UMKM Milenial mampu meningkatkan penjualan, yaitu dengan memanfaatkan media sosial dengan baik, sebagai sarana dalam kegiatan promosi agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha kedepannya. (2) Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial mampu mengasah kreativitas yang dimiliki, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan bahwa upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM Milenial untuk lebih

meningkatkan daya kreativitas agar dapat meningkatkan keberlanjutan usaha, yaitu dengan cara melakukan kegiatan yang dapat mengembangkan gagasan yang ada, sehingga dapat dengan mudah untuk menciptakan hal-hal yang baru. (3) Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial memiliki pengetahuan terkait pengelolaan modal usaha yang dimiliki, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan para pelaku UMKM Milenial mampu mengembangkan usaha dan meningkatkan keberlanjutan usahanya, yakni dengan cara mengelola modal usaha dengan baik, yaitu dengan membuat alokasi dana sesuai dengan masing-masing kegiatan usaha. Karena, jika modal usaha dikelola dengan baik dan mampu meningkatkan modal usaha yang dimiliki, maka tentu banyak kegiatan usaha yang bisa dilakukan dan akan menjamin keberlanjutan bisnis.

1. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Ditinjau dari penjabaran hasil analisis beserta pembahasan pada penelitian ini bisa ditarik kesimpulan bahwa secara positif dan signifikan, keberlanjutan bisnis UMKM Milenial dipengaruhi dengan signifikan oleh pemanfaatan media social, kreativitas serta modal usaha.

Saran

Adapun beberapa saran yang bisa diberikan setelah meninjau hasil penelitian ini, diantaranya; (1) Bagi Pelaku UMKM Milenial, pelaku UMKM Milenial mayoritas memanfaatkan media sosial dalam melakukan kegiatan usaha. Namun dalam penggunaan media sosial tersebut diharapkan menggunakannya dengan bijak dan meningkatkan keamanannya agar tidak diretas (hack) oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. (2) Bagi Pemerintah, peran pemerintah yang paling diperlukan bagi para pelaku UMKM, yaitu penambahan modal yang bisa digunakan untuk menambah mutu dan nilai jual produk atau jasa yang ditawarkan sehingga usahanya terus berlanjut dan berkembang. (3) Bagi para peneliti berikutnya agar bisa menambahkan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan UMKM, mengingat masih banyak terdapat faktor-faktor yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian terkait keberlanjutan UMKM. Berdasarkan analisis Determinasi,

diperoleh Adjusted R Square senilai 0,543 yang mengindikasikan 54,3% variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) mendapatkan pengaruh yang cukup signifikan dari pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3), sementara 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

2. DAFTAR PUSTAKA

- Amarul. 2018. "Model Arisan Modal Usaha Dalam Mendukung Keberlanjutan Pengusaha Kecil Di Pasar Unit II Kabupaten Tulang Bawang Lampung". Jurnal Organisasi Dan Manajemen, Volume 14, Nomor 2, September 2018, 171-181. Fakultas Ekonomi Universitas Serang Raya.
- Apriani, Komang Debi. 2019. "Pengaruh Modal Usaha, Kreativitas, Literasi Keuangan, Dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kecamatan Buleleng". Skripsi. Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- Bansal, Pratima And Mark R. Desjardine. 2014. "Business Sustainability: It Is About Time". Western University, Canada.
- Darsono. 2006. "Manajemen Keuangan". Jakarta : Diadit Media.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiana, Asep Id. 2017. "Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Social Network Analysis Untuk Membantu Social CRM Bagi UMKM Di Cimahi". Skripsi. Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Huda, Fatkhan Amirul. 2017. "Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Dalam Penelitian". Diakses Pada Tanggal 14 Februari 2020 Dalam <http://Fatkhan.Web.Id/TeknikPengumpulanDataDanAnalisisDalamPenelitian/>.
- Kordi, M Ghufan H. 2020. "Galak Di Media Sosial". Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2020, Dalam <https://Makassar.Tribunnews.Com/2020/01/27/Galak-Di-Media-Sosial>.
- Kusumawardhany, Prita Ayu. 2018. "Pengaruh Kapasitas Absorptif Dan Situs Jejaring Sosial Terhadap Kinerja Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.
- Melani, Agustina. 2018. "Ciptakan Solusi Bisnis Bagi Generasi Milenial". Diakses Pada Tanggal 25 Februari 2020, Dalam <https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/3243997/Ciptakan-Solusi-Bisnis-Bagi-GenerasiMilenial>.
- Nugraha, Listyawan Ardi. 2011. "Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha

- Industri Kerajinan Perak Di Desa Sodo Kecamatan, Paliyan Kabupaten, Gunung Kidul". Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Permana, Rio Agung. 2018. "Manfaat Media Sosial Yang Harus Kamu Ketahui!". Diakses Pada Tanggal 19 Maret 2020, Dalam <https://www.kompasiana.com/Rioagungpermana4748/5b3e3a16ab12e58ce2f3632/Manfaat-Media-SosialYang-Harus-Kamu-Ketahui>. Proxsis Grup. 2018. "Mendorong Generasi Milenial Menjadi Pelaku Bisnis". Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2020, Dalam <https://www.proxsisgroup.com/MendorongGenerasi-Milenial-Menjadi-PelakuBisnis/>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi". Tirtayasa EKONOMIKA Volume 12, Nomor 2. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Purwanti, Endang. 2012. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga". Jurnal Vol.5 No.9. STIE AMA Salatiga.
- Purwantini, Anissa Hakim. 2018. "Analisis Pemanfaatan Social Commerce Bagi UMKM: Anteseden Dan Konsekuen". Jurnal Ilmiah Akuntansi, XVI (1). Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Putri, Khrysti. 2019. "Pengertian Kreativitas Menurut Para Ahli". Diakses Pada Tanggal 21 Januari 2020, Dalam <https://duniakumu.com/PengertianKreativitas-Menurut-Para-Ahliwidayatunjames-R-Evanssantrocksemanwan/>.
- Rahman, Dewi. 2015. "Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu Di Desa Gintangan, Kabupaten Banyuwangi)". Artikel Ilmiah Mahasiswa. Universitas Jember.
- Republik Indonesia. 2008. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah". Jakarta.
- Republika. 2016. "Mengenal Generasi Milenial". Diakses Pada Tanggal 6 Februari 2020 Dalam <https://www.republika.co.id/Berita/Koran/Inovasi/16/12/26/Ois64613-Mengenal-Generasi-Millennial>.
- Rinto. 2019. "Pengaruh Keterampilan Berusaha Dan Kreativitas Kerja Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga Yang Bermata Pencaharian Di Bidang Usaha Tenun Sarung Toraja Di Kecamatan Mappak Kabupaten Tana Toraja". Jurnal Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.

- Sari, Ernatalia. 2018. Prinsip Going Concern Dalam Akuntansi Perusahaan. Diakses Pada Tanggal 19 Maret 2020, Dalam [Http://Www.Jtanzilco.Com/Bl og/Detail/1199/Slug/Prinsip-GoingConcern-Dalam-AkuntansiPerusahaan](http://www.jtanzilco.com/blog/detail/1199/slug/prinsip-going-concern-dalam-akuntansi-perusahaan).
- Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian". Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Wijayanti, Sinta. 2018. "10 Ciri Dasar Generasi Millennial, Kamu Termasuk Gak Nih?". Diakses Pada Tanggal 6 Februari, Dalam [Https://Www.Idntimes. Com/Life/Inspiration/Sinta-WijayantiD/10-Ciri-Dasar-Generasi-Millennial -C1c2/Full](https://www.idntimes.com/life/inspiration/sinta-wijayanti/10-ciri-dasar-generasi-millennial-c1c2/full).

ManBiz: Journal of Management & Business

Volume 2 Nomor 1 (2023) 14-36 E-ISSN 2829-9213

DOI: 10.47467/manbiz.v2i1.5541